

**ANALISIS SALURAN DISTRIBUSI DALAM UPAYA
MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN AIR MINUM
MINERAL MEREK NU MINERAL PADA PT. TUNAS RINNAI
PERKASA KABUPATEN KENDAL**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh :

AHMAD FAIZIN
NIM : 4117189

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN**

2023

**ANALISIS SALURAN DISTRIBUSI DALAM UPAYA
MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN AIR MINUM
MINERAL MEREK NU MINERAL PADA PT. TUNAS RINNAI
PERKASA KABUPATEN KENDAL**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh :

AHMAD FAIZIN
NIM : 4117189

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN**

2023

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ahmad Faizin

NIM : 4117189

Judul Skripsi : Analisis Saluran Distribusi Dalam Upaya Meningkatkan Volume
Penjualan Air Minum Mineral Merek NU Mineral Pada PT Tunas
Rinnai Perkasa Kabupaten Kendal

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini adalah benar-benar hasil karya penulis, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya. Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 8 Februari 2023

Yang Menyatakan,



AHMAD FAIZIN

NIM. 4117189

NOTA PEMBIMBING

Husni Awali, M.M

Stain Residence. Wangandowo. Pekalongan

Lamp. : 2 (dua) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdr. Ahmad Faizin

Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

c.q. Ketua Program Studi Ekonomi Syariah

PEKALONGAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah Skripsi Saudara:

Nama	: Ahmad Faizin
NIM	: 4117189
Judul	: ANALISIS SALURAN DISTRIBUSI DALAM UPAYA MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN AIR MINUM MINERAL MEREK NU MINERAL PADA PT TUNAS RINNAI PERKASA KABUPATEN KENDAL

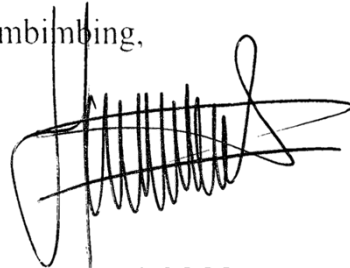
Naskah tersebut sudah memenuhi persyaratan untuk dapat segera dimunaqosahkan.

Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Pekalongan, 20 Maret 2023

Pembimbing,



Husni Awali, M.M

NIP. 19890929 201903 1 016



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat: Jl. Pahlawan No. 52 Kajen Pekalongan, www.febi.uingusdur.ac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN)
K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan skripsi Saudara/i:

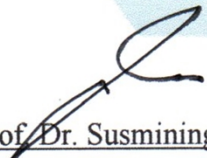
Nama : **Ahmad Faizin**
NIM : **4117189**
Judul Skripsi : **Analisis Saluran Distribusi Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan Air Minum Mineral Merek NU Mineral Pada PT. Tunas Rinnai Perkasa Kabupaten Kendal**

Telah diujikan pada hari kamis tanggal 25 Mei 2023 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Dewan Penguji,

Penguji I

Penguji II


Prof. Dr. Susminingsih, M.Ag.

NIP 197502111998032001


M. Arif Kurniawan, M.M

NIP 198606182020121007

Pekalongan, 9 Juni 2023
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H.

NIP 197502201999032001

MOTTO

“MEMBERI MANFAAT TIADA HENTI, MELAYANI SEPENUH HATI”

(PT Tunas Rinnai Perkasa)

“Dan dari air kami jadikan segala sesuatu yang hidup.”

(QS. 21: 30)

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan rasa syukur atas nikmat Allah SWT, saya ingin mempersembahkan skripsi ini kepada:

1. Kepada Bapak dan Ibu saya yang selalu memberikan motivasi dan telah banyak berkorban waktu, tenaga dan materi demi kelangsungan hidup dan kesejahteraan saya di masa yang akan datang. Terimakasih atas doa yang senantiasa kalian panjatkan dan terimakasih yang tak terhingga untuk segalanya.
2. Seluruh keluarga dan kerabat saya yang selalu mendukung saya.
3. Kepada sahabat dan teman-teman terdekat terimakasih telah memberi semangat dan selalu ada.
4. Kepada teman-teman Ekos D angkatan 2017 dan semua teman-teman dekat yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu terimakasih untuk kalian yang telah hadir dalam hidup membawa keceriaan, memberikan cerita, doa, dukungan serta bantuan yang tak terhingga kepada saya.
5. Untuk teman-teman non akademisi terimakasih banyak kalian telah memberikan semangat dan dukungannya.

ABSTRAK

AHMAD FAIZIN. Analisis Saluran Distribusi Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan Air Minum Mineral Merek NU Mineral Pada PT Tunas Rinnai Perkasa Kabupaten Kendal

Pada operasionalnya, perusahaan membutuhkan saluran distribusi dalam hal penjualan. Peranan saluran distribusi dalam hal ini yaitu sebagai saluran untuk menyalurkan atau mendistribusikan produk kepada calon konsumen supaya produk mudah untuk didapat. Apabila jangkauan serta penyebaran produk ke daerah pemasaran semakin luas maka saluran distribusi bisa dikatakan baik. Penelitian ini bertujuan untuk: (1) Mengetahui secara langsung saluran distribusi yang dipakai PT Tunas Rinnai Perkasa dalam memasarkan produk NU Mineral. (2) Mengetahui kendala-kendala yang dihadapi PT Tunas Rinnai Perkasa dalam mendistribusikan produk NU Mineral. (3) Mengetahui saluran distribusi yang dapat meningkatkan volume penjualan produk NU Mineral pada PT Tunas Rinnai Perkasa.

Indriyo Gitosudarmo (1994) dalam bukunya menyatakan distribusi adalah aktivitas yang perlu dilaksanakan oleh pengusaha untuk menyebarkan, menyalurkan, menyampaikan serta mengirimkan produk yang dipasarkannya tersebut kepada para konsumen. Oleh sebab tersebut maka dibutuhkan keberadaan penyalur. Data yang diambil dalam penelitian ini adalah data penjualan dalam kurun waktu 5 tahun terakhir dari tahun 2017-2021 yang terdiri dari saluran distribusi dan volume penjualan setiap tahun. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian *field research* dan menggunakan pendekatan kualitatif. Analisis data dalam penelitian ini meliputi reduksi data, penyajian data dan verifikasi data.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Saluran distribusi yang selama ini diterapkan pada PT Tunas Rinnai Perkasa yaitu saluran distribusi langsung dan saluran distribusi tidak langsung dengan perantara agen, pengecer dan pedagang besar. (2) Kendala yang dihadapi PT Tunas Rinnai Perkasa dalam melaksanakan saluran distribusi adalah penyampaian barang kepada konsumen yang terkadang kurang tepat waktu, sulitnya memprediksi kebutuhan pasar, sulitnya memonitoring saluran distribusi yang sedang berjalan di lapangan, saluran distribusi yang digunakan PT Tunas Rinnai Perkasa tidak semuanya tepat sasaran. (3) Saluran distribusi yang tepat bagi PT Tunas Rinnai Perkasa untuk meningkatkan volume penjualan adalah saluran distribusi tidak langsung dengan perantara agen dan pengecer saja, serta melakukan monitoring terus menerus terhadap kegiatan saluran distribusi. Hal ini dilakukan untuk melihat apakah pendistribusian sudah tepat sasaran dan tepat waktu apa belum, serta memantau persediaan barang di seluruh anggota saluran untuk mengantisipasi terjadinya kekosongan barang.

Keywords: Saluran distribusi, Volume penjualan

ABSTRACT

AHMAD FAIZIN. *Distribution Channel Analysis in an Effort to Increase Sales Volume of NU Mineral Brand Mineral Drinking Water at PT Tunas Rinnai Perkasa, Kendal Regency*

In its operations, the company needs a distribution channel in terms of sales. The role of the distribution channel in this case is as a channel to distribute or distribute products to potential consumers so that products are easy to obtain. If the range and distribution of products to the wider marketing area, the distribution channel can be said to be good. This study aims to: (1) Know directly the distribution channels used by PT Tunas Rinnai Perkasa in marketing NU Mineral products. (2) Knowing the obstacles faced by PT Tunas Rinnai Perkasa in distributing NU Mineral products. (3) Knowing the distribution channels that can increase the sales volume of NU Mineral products at PT Tunas Rinnai Perkasa.

Indriyo Gitosudarmo (1994) in his book states that distribution is an activity that needs to be carried out by entrepreneurs to distribute, distribute, deliver and deliver the products they market to consumers. For this reason, it is necessary to have a distributor. The data taken in this study is sales data for the last 5 years from 2017-2021 which consists of distribution channels and sales volume each year. This research uses field research and uses a qualitative approach. Data analysis in this study includes data reduction, data presentation and data verification.

The results of the study show that: (1) The distribution channels that have been implemented so far at PT Tunas Rinnai Perkasa are direct distribution channels and indirect distribution channels with intermediary agents, retailers and wholesalers. (2) The obstacles faced by PT Tunas Rinnai Perkasa in implementing distribution channels are the delivery of goods to consumers which is sometimes not on time, the difficulty of predicting market needs, the difficulty of monitoring the distribution channels that are currently running in the field, the distribution channels used by PT Tunas Rinnai Perkasa are not all right on target. (3) The right distribution channel for PT Tunas Rinnai Perkasa to increase sales volume is an indirect distribution channel with only intermediary agents and retailers, as well as continuous monitoring of distribution channel activities. This is done to see whether the distribution is on target and on time or not, as well as to monitor the inventory of goods in all channel members to anticipate product vacancies.

Keywords: distribution channels, sales volume

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul *“ANALISIS SALURAN DISTRIBUSI DALAM UPAYA MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN AIR MINUM MINERAL MEREK NU MINERAL PADA PT. TUNAS RINNAI PERKASA KABUPATEN KENDAL”* yang disusun sebagai syarat akademis dalam menyelesaikan studi program Sarjana (S1) Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Universitas Islam Negeri (UIN) KH. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan dengan baik tanpa dukungan, bantuan, serta doa dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini, penulis hendak mengucapkan terimakasih kepada :

1. Prof. Dr. H. Zainal Mustakim, M.Ag selaku Rektor UIN KH. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
2. Dr. Hj. Shinta Dewi rismawati, S.H, M.H selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN KH. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
3. Muhammad Aris Safi'i M.E.I selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah UIN KH. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
4. Husni Awali M.M selaku Dosen Pembimbing skripsi yang dengan sabar meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam memberikan bimbingan, arahan, dukungan serta saran dalam penyusunan skripsi ini.

5. Karima Tamara ST., M.M selaku wali dosen penulis yang sudah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam memberikan arahan, dukungan serta saran dalam penyusunan skripsi ini.
6. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN KH. Abdurrahman Wahid Pekalongan beserta staf.
7. Orang tua dan sahabat yang selalu mendoakan dan dukungan.
8. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam segala hal terutama yang berkaitan dengan skripsi ini.

Dengan rendah hati penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Mengingat keterbatasan pengetahuan yang penulis peroleh sampai saat ini. Oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun guna terciptanya kesempurnaan skripsi ini.

Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca maupun pihak yang berkepentingan.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 8 Februari 2022

Penulis



AHMAD FAIZIN

NIM. 4117189

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN SKRIPSI	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
PEDOMAN TRANSLITERASI	xiv
DAFTAR TABEL.....	xviii
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	7
E. Sistematika Penulisan.....	8
BAB II LANDASAN TEORI.....	11
A. Deskripsi Teori	11
1. Saluran Distribusi.....	11
a. Pengertian Saluran Distribusi.....	11
b. Bentuk-bentuk Saluran Distribusi.....	12
c. Fungsi dan Tujuan Saluran Distribusi.....	13
d. Macam-macam Saluran Distribusi	15
e. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Saluran Sistribusi.....	20
f. Perantara Saluran	22
g. Jumlah Perantara dalam Saluran	25

h. Distribusi Fisik.....	28
2. Volume Penjualan	31
a. Pengertian Penjualan.....	31
b. Pengertian Volume Penjualan	31
c. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penjualan	32
B. Penelitian Terdahulu	34
C. Kerangka Berpikir	42
BAB III METODE PENELITIAN.....	45
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	45
1. Jenis Penelitian.....	45
2. Pendekatan Penelitian	45
B. Setting Penelitian.....	45
C. Subjek Penelitian dan Sampel	46
1. Subjek Penelitian.....	46
2. Sampel.....	47
D. Sumber Data	47
E. Teknik Pengumpulan Data	48
F. Teknik Keabsahan Data	49
G. Metode Analisis Data	51
1. Mereduksi Data	51
2. Menyajikan Data	52
3. Menarik Kesimpulan.....	52
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	54
A. Gambaran Objek Penelitian	54
1. Sejarah Singkat PT. Tunas Rinnai Perkasa	54
2. Letak Geografis PT. Tunas Rinnai Perkasa	54
3. Struktur Organisasi Perusahaan	54
4. Visi dan Misi	57
5. Tenaga Kerja	57
6. Keselamatan dan Kesehatan.....	58
7. Produk yang Dijual	58

8. Aktivitas Perusahaan	59
B. Hasil dan Pembahasan.....	59
1. Deskripsi Hasil Penelitian	59
a. Saluran Distribusi PT. Tunas Rinnai Perkasa	59
b. Kendala-kendala yang Dihadapi PT. Tunas Rinnai Perkasa dalam Mendistribusikan Produk NU Mineral	66
c. Saluran Distribusi dalam Meningkatkan Volume Penjualan	70
2. Analisis dan Pembahasan	73
a. Analisis Saluran Distribusi PT. Tunas Rinnai Perkasa	73
b. Analisis Kendala-kendala yang Dihadapi PT. Tunas Rinnai Perkasa dalam Mendistribusikan Produk NU Mineral.....	84
c. Analisis Saluran Distribusi yang Tepat dalam Meningkatkan Volume Penjualan	91
BAB V PENUTUP	96
A. Kesimpulan.....	96
B. Saran	97
C. Keterbatasan	98
D. Penutup.....	99
DAFTAR PUSTAKA	100
LAMPIRAN	I
1. Transkrip Wawancara	I
2. Dokumentasi	XI
3. Daftar Riwayat Hidup.....	XIV

PEDOMAN TRANSLITERASI

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan buku ini adalah hasil Putusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia No. 158 tahun 1987 dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No. 0543b/U/1987. Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang belum diserap ke dalam bahasa Indonesia. Kata-kata Arab yang sudah diserap ke dalam bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam Kamus Linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut.

1. Konsonan

Fonem-fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tindividu, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tindividu sekaligus.

Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasi dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sas	ṡ	es (dengantitikdiatas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	ha (dengantitikdibawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	ḏ	zet (dengantitikdibawah)

ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	esdan ye
ص	Sad	ṣ	es (dengantitikdibawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengantitikdibawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengantitikdibawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengantitikdibawah)
ع	‘ain	‘	komaterbalik (diatas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
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

2. Vokal

Vokal Tunggal

ا = a

إ = i

أ = u

VokalRangkap

أِي = ai

أُو = au

Vokal Panjang

آ = ā

إِي = ī

أُو = ū

3. *Ta Marbutah*

Ta Marbutah hidup dilambangkan dengan /t/ Contoh :

مراقميلة ditulis *mar'atun jamīlah*

Ta Marbutah mati dilambangkan dengan /h/

Contoh :

فاطمة ditulis *fātimah*

4. *Syaddad (tasydid, geminasi)*

Tindividu geminasi dilambangkan dengan huruf yang sama dengan huruf yang diberi tindividu *syaddad* tersebut.

Contoh:

ربنا Ditulis *Rabbanā*

البر Ditulis *al-birr*

5. *Kata sindividung (artikel)*

Kata sindividung yang diikuti oleh “huruf syamsiah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /I/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sindividung itu.

Contoh:

الشمس Ditulis *asy-syamsu*

الرجل Ditulis *ar-rajulu*

السيدة Ditulis *as-sayyidah*

Kata sindividing yang diikuti oleh “*huruf qamariyah*” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi/I/ diikuti terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tindividu sempang.

Contoh:

القمر	Ditulis	<i>al-qamar</i>
-------	---------	-----------------

البدیع	Ditulis	<i>al-badī'</i>
--------	---------	-----------------

الجلال	Ditulis	<i>al-jalāl</i>
--------	---------	-----------------

6. Huruf Hamzah

Hamzah yang berada di awal kata tidak ditransliterasikan. Akan tetapi, jika hamzah tersebut berada di tengah kata atau di akhir kata, huruf hamzah itu ditransliterasikan dengan apostrof /'/.

Contoh:

امرت	Ditulis	<i>Umirtu</i>
------	---------	---------------

شيء	Ditulis	<i>Syai'un</i>
-----	---------	----------------

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu.....	34
Tabel 4.1 Daftar Produk	58
Tabel 4.2 Pertumbuhan Volume Penjualan.....	91

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir	44
Gambar 4.1 Struktur Organisasi	55

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Transkrip Wawancara	I
Lampiran 2 Dokumentasi	XI
Lampiran 3 Daftar Riwayat Hidup	XIV

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pertumbuhan perekonomian kini sudah sampai pada situasi dimana persaingan menjadi hal yang wajib untuk bisa dihadapi oleh para pelaku bisnis pada tiap sektor kegiatan ekonomi. Untuk mendapatkan omset penjualan dan juga menambah pemasukan untuk pengoperasian perusahaan, baik itu perusahaan yang bergerak pada bidang perdagangan, jasa, maupun industri harus mempunyai tujuan dan strategi yang spesifik yaitu setiap perusahaan harus bisa membuka pasar baru (Firman, 2006).

Pada operasionalnya, perusahaan membutuhkan saluran distribusi dalam hal penjualan. Dalam penelitian Marinus P (2002) distribusi jasa dan barang menjadi salah satu masalah yang terdapat dalam bidang pemasaran. Baik itu melalui saluran distribusi tidak langsung maupun saluran langsung. Peranan saluran distribusi dalam hal ini yaitu sebagai saluran untuk menyalurkan atau mendistribusikan produk baik itu berupa pengecer (grosir), pedagang besar, agen, dan sebagainya yang pada akhirnya sampai ketangan konsumen. Menurut Rohman (2008) pada penelitiannya menyatakan sepantasnya suatu perencanaan distribusi yang cocok dan juga tepat harus bisa dibuat oleh perusahaan yang berfungsi sebagai penyalur ataupun perusahaan yang berfungsi sebagai distributor, karena nantinya hasil

penentuan model saluran distribusi tersebut yang akan dipakai oleh perusahaan itu sendiri.

Saluran distribusi merupakan cara penyalur untuk menyampaikan atau menyalurkan jasa-jasa atau barang-barang dari produsen ke konsumen dalam kegiatannya. Supaya suatu barang atau produk dapat selalu mudah didapat dan tersedia untuk para pemakai/konsumen, satu saluran yang terdiri dari lembaga-lembaga penjualan akan bertugas menggerakkan atau memindahkan barang-barang atau produk tersebut ke pasar (Mursid, 2003). Seorang produsen dalam menyikapi hasil produksinya harusnya tidak hanya terbatas dalam melepaskan barang dari gudangnya saja, tetapi juga harus memperhatikan alur barangnya sejak dari gudang hingga ke konsumen akhir. Perusahaan harus bisa melihat peluang yang ada dalam mendistribusikan produknya, dimana produk harus dipasarkan sampai keluar kota dan tidak hanya terbatas dalam kota, bahkan mampu atau bisa sampai lebih jauh lagi. Mengingat luasnya sasaran penjualan dan daerah pemasaran yang ditargetkan dan dituju oleh perusahaan maka dari itu diperlukan saluran distribusi yang tentunya memadai dan juga baik.

NU Mineral merupakan produk berjenis air minum mineral kemasan yang diproduksi oleh PT Tunas Rinnai Perkasa Kabupaten Kendal. Akan tetapi produk tersebut cukup sulit untuk didapatkan karena jarang sekali ada toko yang menjualnya walaupun toko tersebut dekat jaraknya dengan lokasi produksi. Dengan fenomena tersebut, terbesit di pikiran peneliti apakah produk NU Mineral tersebut hanya dipasarkan untuk kalangan tertentu saja

dan bagaimana bisa produk tersebut sulit didapat. Tentunya dengan sasaran pasar yang terbatas perusahaan perlu memperhatikan efektifitas kebijakan sebagai faktor kerja dalam menentukan keberhasilan perusahaan. Maka strategi yang tepat untuk memasarkan produk akan sangat mempengaruhi volume penjualan.

Dalam penelitian Sofjan Assauri (2011) setiap perusahaan memerlukan saluran distribusi, karena produsen memberikan *formutility* (kegunaan bentuk) dalam hasil produknya kepada konsumen setelah sampai ke tangan konsumen tersebut, sedangkan lembaga penyalur memberikan atau membentuk kegunaan tempat, waktu, dan pemilikan dari produk tersebut. Dalam menghasilkan produk agar dapat memenuhi kebutuhan, setiap produsen harusnya bisa menyesuaikan dengan waktu kapan dan oleh siapa saja produk tersebut dibutuhkan serta dimana produk tersebut diperlukan.

Penerapan saluran distribusi adalah hal yang harus dijalankan seawal mungkin. Bahkan sebelum produk tersebut siap untuk dipasarkan, produsen sudah memastikan rute dan juga metode mana yang akan dipakai dalam mendistribusikan produknya hingga ke konsumen atau sampai ke pasar dengan cepat. Apabila jangkauan serta penyebaran produk ke daerah pemasaran semakin luas maka saluran distribusi bisa dikatakan baik. Akan semakin banyak konsumen yang direbut jika saluran distribusi yang dipakai oleh produsen kepada konsumen semakin baik. Hal tersebut akan dapat meningkatkan volume penjualan produk di suatu perusahaan.

Menurut penelitian Benny Siboro (2014) Penjualan merupakan total atau jumlah barang yang berhasil terjual oleh suatu perusahaan dalam jangka beberapa waktu tertentu. Sedangkan volume penjualan yaitu sesuatu yang memperlihatkan fluktuasi penjualan dan bisa diterangkan kedalam bentuk ton, kilo, unit, ataupun liter. Volume penjualan adalah jumlah keseluruhan yang didapat melalui kegiatan penjualan barang. Laba yang bisa didapat perusahaan akan semakin besar apabila jumlah penjualan yang dihasilkan dan didapat perusahaan juga semakin besar. Oleh sebab itu, untuk kemungkinan agar perusahaan tidak merugi maka volume penjualan adalah salah satu hal yang penting yang harus terus dievaluasi. Begitu juga dalam Kasmir (2013) terdapat dua cara didalam mendistribusikan suatu produk yang telah siap dipasarkan yakni dengan menggunakan cara distribusi tidak langsung dan distribusi langsung. Saluran distribusi tidak langsung merupakan saluran distribusi yang dilakukan melalui *produsen* kepada *pengecer* yang selanjutnya dilanjutkan ke *konsumen*, atau *produsen* kepada *pedagang besar atau menengah* kepada *pengecer* dan selanjutnya kepada *konsumen*. Sedangkan saluran distribusi langsung yaitu produk disalurkan langsung dari *produsen* kepada *konsumen*. Faktor- faktor yang dapat berpengaruh terhadap pemilihan saluran distribusi antara lain: faktor produsen yang meliputi keuangan dan pertimbangan pengawasan, karakteristik produk, dan pertimbangan pembeli atau faktor pasar.

PT Tunas Rinnai Perkasa Kabupaten Kendal memproduksi air minum mineral “NU Mineral” masing-masing berukuran Cup 220 ml, Cup 210 ml,

Botol 600 ml, Botol 330 ml, dan Galon 19 L. NU Mineral merupakan produk asli dari PCNU Kendal dan dikelola LPNU Kendal dibawah naungan PCNU Kendal. PT Tunas Rinnai Perkasa Kabupaten Kendal merupakan Perusahaan yang memproduksi 7 produk Amdk (Air minum dalam kemasan) yang sudah memiliki sertifikasi halal dari Majelis Ulama Indonesia / MUI. Salah satu produk Amdk dari PT Tunas Rinnai Perkasa yang paling terkenal adalah Amdk Armio Demineral (NU Mineral.id, 2020).

PT Tunas Rinnai Perkasa Kabupaten Kendal dalam mendistribusikan produk Air minum dalam kemasan (Amdk) bermerk NU Mineral ke konsumen yang salah satunya didistribusikan melalui perantara CV Aswaja Berkah sebagai agennya. Cv Aswaja Berkah merupakan badan usaha milik PCNU Kendal yang berkantor di Kelurahan Mijen Langgenharjo, Kecamatan Kendal, Kabupaten Kendal.

Produk yang dihasilkan oleh PT Tunas Rinnai Perkasa Kab Kendal sementara masih didistribusikan ke beberapa kabupaten dan Kota yang berada di Propinsi Jawa Tengah seperti Kendal, Batang, dan Semarang. Untuk produk NU Mineral sendiri kebanyakan dipasarkan pada NUmart, NUmart merupakan minimarket yang didirikan dan dikelola oleh Pengurus Cabang Nahdlatul Ulama (PCNU) yang sudah tersebar dibanyak wilayah / daerah di Indonesia khususnya pulau jawa. NUmart adalah tempat yang cocok bagi masyarakat muslim terutama masyarakat NU untuk mencari produk halal yang terjamin kualitasnya (*Www.Infosaja.Net*, personal communication, September 10, 2021).

Kegiatan distribusi di dalam sebuah perusahaan sangatlah penting, lebih-lebih dalam hal meningkatkan volume penjualan. Kelangsungan hidup perusahaan terancam dan perusahaan tidak dapat bertahan apabila perusahaan tersebut tidak dapat membangun jaringan distribusinya dengan baik. Bahkan sudah memiliki jaringan distribusi juga belum cukup, perusahaan hendaknya mampu mendalami dan memahami masalah dan kondisi pada setiap area atau tempat yang berlainan. Seluruh level jaringan distribusi wajib tersentuh, mulai dari grosir besar (*outlet*) sampai pengecer paling kecil wajib tersentuh. Apabila seluruh kegiatan yang demikian dapat dijalankan dengan benar, maka perusahaan dapat mencapai volume penjualan yang tinggi dan juga mencapai kesuksesan yang diinginkan. Selain itu, penulis juga ingin memaparkan bagaimana PT Tunas Rinnai Perkasa mengelola saluran distribusinya dalam memasarkan produk Amdk merek NU Mineral. Melihat hal diatas, maka penulis tertarik untuk meneliti **“Analisis Saluran Distribusi Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan Air Minum Mineral Merek NU Mineral Pada PT Tunas Rinnai Perkasa Kabupaten Kendal”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang masalah yang sudah diuraikan diatas, penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana saluran distribusi yang dipakai oleh PT. Tunas Rinnai Perkasa Kabupaten Kendal dalam memasarkan produk NU Mineral?
2. Apa saja kendala-kendala yang dihadapi PT Tunas Rinnai Perkasa

Kabupaten Kendal dalam mendistribusikan produk NU Mineral?

3. Bagaimana saluran distribusi dalam meningkatkan volume penjualan NU Mineral PT. Tunas Rinnai Perkasa Kabupaten Kendal?

C. Tujuan Penelitian

Sehubungan dengan rumusan permasalahan yang penulis paparkan, penelitian bertujuan:

1. Untuk menjelaskan prosedur saluran distribusi yang dipakai oleh PT. Tunas Rinnai Perkasa Kabupaten Kendal dalam memasarkan produk NU Mineral.
2. Untuk menjelaskan kendala-kendala yang dihadapi PT Tunas Rinnai Perkasa Kabupaten Kendal dalam memasarkan produk NU Mineral.
3. Untuk menjelaskan saluran distribusi yang tepat dalam meningkatkan volume penjualan NU Mineral PT. Tunas Rinnai Perkasa Kabupaten Kendal di masa yang akan datang.

D. Manfaat Penelitian

Adanya sebuah penelitian diperuntukan guna mengambil kegunaan dari penelitian, Manfaat penelitian dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

Penelitian ini menjadi media pembelajaran bagi penulis dalam meningkatkan kemampuan di bidang penelitian ilmiah. Penelitian ini juga memberikan pengetahuan baru kepada penulis terkait pengelolaan

saluran distribusi dalam upaya meningkatkan volume penjualan air minum mineral merek *NU Mineral* pada PT Tunas Rinnai Perkasa Kabupaten Kendal.

2. Bagi Akademisi

Hasil penelitian ini dapat memberikan pengetahuan kepada pembacanya, terutama para akademisi. Hasil penelitian juga dapat menjadi alternatif referensi dalam perkuliahan.

3. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan dan masukan bagi perusahaan dalam upaya meningkatkan volume penjualan air minum mineral merek *NU Mineral* pada PT Tunas Rinnai Perkasa Kabupaten Kendal.

4. Bagi Penelitian selanjutnya

Hasil penelitian ini nantinya dapat dijadikan referensi tambahan dan masukan kepada penelitian berikutnya di kemudian hari.

E. Sistematika Penulisan

Guna mendapat gambaran secara utuh dan menyeluruh terkait dengan penelitian yang dilakukan penulis, maka penyusunan dalam penulisannya sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab pertama penelitian ini berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan

sistematika pembahasan. Pendahuluan perlu ditempatkan di bagian awal agar pembaca memahami tema, pokok permasalahan yang diangkat dan alasan mengapa penulis melakukan penelitian ini.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab kedua penelitian ini berisikan landasan teori, telaah pustaka dan kerangka berpikir. Landasan teori perlu ditempatkan setelah pendahuluan agar pembaca memahami berbagai teori yang digunakan dan berkaitan dengan permasalahan yang terdapat pada penelitian ini.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ketiga penelitian ini berisikan jenis penelitian, pendekatan penelitian, setting penelitian, subjek penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik keabsahan data dan metode analisis data. Metode penelitian perlu ditempatkan setelah landasan teori agar pembaca memahami metodologi yang dipakai oleh penulis berdasar pada teori-teori yang relevan.

BAB IV : HASIL PENELITIAN

Bab keempat penelitian ini berisikan gambaran umum terkait lokasi penelitian, data, dan pembahasan. Bab ini merupakan bagian inti dari penelitian sehingga perlu ditempatkan di tengah setelah metode penelitian. Tujuannya agar pembaca dapat lebih memahami setiap pembahasan yang penulis sajikan karena

pembaca telah memahami tema, teori dan metode penelitian pada bab sebelumnya.

BAB V : PENUTUP

Bab kelima penelitian ini berisikan simpulan dan juga keterbatasan penelitian. Penutup ditempatkan di akhir agar pembaca dapat mengetahui kesimpulan dan berbagai keterbatasan penelitian ini sehingga pembaca dapat memberikan penilaian terhadap penelitian ini.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pada apa yang sudah penulis bahas dalam bab-bab sebelumnya, pada bab 4 (empat) ini penulis akan menarik kesimpulan akhir dari seluruh uraian pembahasan yang sudah disusun. Sebagaimana tujuan penelitian yang sudah penulis sebutkan pada bab terdahulu, maka didalam bab empat ini dibuat kesimpulan sebagai berikut:

PT Tunas Rinnai Perkasa Kabupaten Kendal menggunakan saluran distribusi tidak langsung dan saluran distribusi langsung. Saluran distribusi langsung dijalankan lewat pembeli yang langsung membeli produk NU Mineral dengan datang ke pusatnya atau ke gudang perusahaan. Sedangkan dalam menjalankan saluran distribusi tidak langsung perusahaan mendistribusikan produknya lewat agen dan pengecer pada wilayah yang dekat (lingkup pantura jawa tengah) dan menggunakan pedagang besar untuk daerah yang lebih jauh.

Kendala-kendala yang sejauh ini dihadapi oleh PT Tunas Rinnai Perkasa Kabupaten Kendal dalam menjalankan saluran distribusi yaitu sulitnya memprediksi kebutuhan pasar, perusahaan terkadang kurang tepat waktu dalam menyampaikan barang atau produk kepada konsumen akhir dan saluran distribusi yang di lapangan sedang berjalan juga cukup sulit untuk dilakukan monitoring oleh perusahaan.

Saluran distribusi yang dipakai PT Tunas Rinnai Perkasa Kabupaten Kendal dalam meningkatkan volume penjualan air minum mineral merek NU Mineral yaitu dengan mempertahankan dan lebih memfokuskan pada saluran distribusi yang dianggap lebih tepat yang dianggap dapat menaikkan volume penjualan. Saluran distribusi yang dimaksud yaitu saluran distribusi tidak langsung dengan perantara agen dan pengecer. Disamping mempertahankan saluran distribusi yang sudah ada, perusahaan juga melakukan monitoring atau pengawasan terhadap kegiatan distribusi. Hal tersebut dilakukan untuk melihat apakah pendistribusian produk sudah tepat waktu dan tepat sasaran atau belum. Hal itu juga dilaksanakan untuk memantau persediaan barang yang terdapat pada seluruh anggota saluran sebagai antisipasi terjadinya kekosongan barang.

B. Saran

Berdasarkan pada kesimpulan yang sudah diuraikan diatas, maka saran yang dapat penulis sampaikan kepada PT Tunas Rinnai Perkasa Kabupaten Kendal adalah:

1. Perusahaan dalam menentukan saluran distribusi yang akan digunakan hendaknya betul-betul mempertimbangkan saluran yang mana yang lebih efisien dan efektif, dengan hal tersebut tentunya produk bisa disalurkan kepada konsumen dalam waktu yang singkat. Hal tersebut adalah Langkah atau cara yang tepat untuk membina dan membentuk hubungan kepada konsumen agar loyalitas pelanggan bisa terbentuk.

2. Akan lebih baik jika PT Tunas Rinnai Perkasa Kabupaten Kendal menambah tenaga kerja atau karyawan pada *divisi delivery order*, hal tersebut supaya bisa mempermudah penyampaian produk agar *on time* (tepat waktu) dan jangkauan pemasaran akan lebih luas.
3. PT Tunas Rinnai Perkasa perlu memiliki jalur komunikasi terhadap perantara yang memasarkan produk NU Mineral, karena hal tersebut dibutuhkan agar dapat melihat stok barang pada anggota saluran secara langsung dan dengan hal itu juga pengelola dapat lebih leluasa dalam melakukan monitoring.
4. PT Tunas Rinnai Perkasa Kabupaten Kendal lebih baik tetap atau konsisten menggunakan saluran distribusi tidak langsung dengan agen dan pengecer sebagai perantaranya, dikarenakan dengan menggunakan strategi tersebut volume penjualan air minum mineral merek NU Mineral semakin bertambah.
5. PT Tunas Rinnai Perkasa Kabupaten Kendal bersama PCNU Kendal harus gencar dalam melakukan promosi supaya produk NU Mineral tidak kalah saing dengan produk kompetitor lain.

C. Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis sadar betul jika masih terdapat banyak keterbatasan dan kekurangan, hal tersebut yaitu:

1. Didalam penulisan skripsi ini literatur yang digunakan masih terbatas, khususnya literatur ataupun referensi yang berkaitan dengan saluran

distribusi yang dilakukan oleh PT Tunas Rinnai Perkasa Kabupaten Kendal.

2. Penelitian dirasa kurang maksimal karena keterbatasan waktu, tenaga dan biaya.
3. Kesimpulan yang diperoleh atau didapatkan hanya terbatas karena narasumber yang terbatas pula yang hanya tertuju kepada pihak PT Tunas Rinnai Perkasa.

D. Penutup

Puji syukur kami haturkan kehadiran Allah SWT serta junjungan Nabi Agung Muhammad SAW. Alhamdulillah penulis dapat menyelesaikan tugas akhir perkuliahan sebagai persyaratan kelulusan, dalam hal ini skripsi dengan judul **“Analisis Saluran Distribusi Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan Air Minum Mineral Merek NU Mineral pada PT Tunas Rinnai Perkasa Kabupaten Kendal”**. Dalam menulis dan menyusun skripsi ini penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan karena penulis adalah manusia biasa dan jauh dari kesempurnaan. Penulis menyadari keterbatasan kemampuan yang dimiliki. Oleh sebab itu, diharapkan kritik dan saran untuk penulis dari pembaca demi kesempurnaan tugas akhir (skripsi) ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Arif Yusuf Hambali. (2016). *Pemahaman Strategi Bisnis & Kewirausahaan*. Prenadamedia Group.
- Basu Swastha D H. (1996). *Azas-azas Marketing*. Liberty Offset.
- Basu Swastha D H, & Ibnu Sukotjo. (2007). *Pengantar Bisnis Modern*. Liberty Offset.
- Basu Swastha D H. (2015). *Manajemen Penjualan*. BPFE.
- Basuki, K. (2019). Metode Analisis Data. ISSN 2502-3632 (Online) ISSN 2356-0304 (Paper) Jurnal Online Internasional & Nasional Vol. 7 No.1, Januari – Juni 2019 Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta.
- Benny Siboro. (2014). Analisis Strategi Saluran Distribusi Minyak Pelumas Enduro pada PT Arjuna Lumas Dwiguna Pekanbaru. *Jurnal Ekomomi* 3.
- Boedi Abdullah, & Beni Ahmad Saebani. (2014). *Metode Penelitian Ekonomi Islam (Muamalah)*. Pustaka Setia.
- Danang Sunyoto. (2014). *Studi Kelayakan Bisnis*. CAPS.
- Deddy Mulyana. (2004). *Metodolodi Penelitian Kualitatif (Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya)*. REMaja Rosdakarya.
- Dr. Ibrahim. (2015). Penelitian Kualitatif. Journal Equilibrium.
- Firman. (2006). Analisis Saluran Distribusi Produk Aqua Gallon Pada PT. Helindo Mitratirta Pekanbaru. *Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial UIN Suska Riau*.
- Indriyo Gitosudarmo. (1994). *Manajemen Pemasaran*. BPFE.
- Jeff Madura. (2001). *Pengantar Bisnis*. Salemba Empat.
- Kasiram. (2008). Metodologi Penelitian. In Pendidikan.
- Kasmir. (2013). *Kewirausahaan*. Raja Grafindo Persada.
- Lrviana, A. (2019). Validitas Data. In Universitas Katolik Parahyangan.
- Marinus P. Anggipora. (2002). *Dasar-Dasar Pemasaran*. PT Raja Grafindo Persada.
- Ma'ruf Abdullah. (2014). *Manajemen Bisnis Syariah*. Aswaja Pressindo.

- Mayra, G. (2013). Triangulasi. *Journal of Chemical Information and Modeling*.
- Miles, M. B., & Huberman, M. A. (2012). Analisis Data Kualitatif: Buku Sumber Tentang Metode-Metode Baru. In Universitas Indonesia_UI Press.
- Muhadjir, N. (2015). Metodologi Penelitian Kualitatif. In Solusi dalam mengatasi masalah pembangunan kesehatan masyarakat di indonesia.
- Muhammad Husni Mubarak. (2010). *Pengantar Bisnis*. Nora Media Enterprise.
- Mukhamad Saekan. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Nora Media Enterprise.
- Mursid. (2003). *Manajemen Pemasaran*. Bumi Aksara.
- Nasution. (2002). *Metode Penelitian Naturalistik-Kualitatif*. Tarsito.
- NU Mineral.id. (2020). *NUmineral*. numineral2020.blogspot.com
- Nur Indrianto, & Bambang Supomo. (2002). *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*. BPFE.
- Nurlatipa, Muh. Amir, & Sartono. (2010). *Strategi Saluran Distribusi dalam Meningkatkan Volume Penjualan Gas Elpiji 12 Kg dan 50 Kg Pada PT Cahaya Berlian Syukur Kota Kendari*. Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis 2.
- Oliver, J. (2019). Reduksi Data. Hilos Tensados.
- Rahmat, P. S. (2009). Penelitian Kualitatif. In *Journal Equilibrium*.
- Rohman. (2008). Analisis Saluran Distribusi Herbisida Pada PT. Kresna Bumitama Sejati Cabang Riau. *Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial UIN Suska Riau*.
- Saifuddin Azwar. (2004). *Metode Penelitian*. Pustaka Pelajar.
- Sedarmayanti, & Syarifuddin Hidayat. (2011). *Metodologi Penelitian*. cv. mandar maju.
- Sofjan Assauri. (2011). *Manajemen Pemasaran Dasar dan Konsep*. Raja Grafindo Persada.
- Sofjan Assauri. (2013). *Manajemen Pemasaran Dasar Konsep dan Strategi*. Raja Grafindo Persada.

- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Andi Offset.
- Sugiyono. (2004). *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2005). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2006). *Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Alfabeta.
- Suliyanto. (2009). *Metode Riset Bisnis*. Andi Offset.
- Supramono, & Jony Oktavian Haryanto. (2005). *Desain Proposal Penelitian Studi Pemasaran*. Andi Offset.
- Sutrisno Hadi. (1989). *Metodologi Research jilid 1*. Andi Offset.
- Thamrin Abdullah, & Francis Tantri. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Raja Grafindo Persada.
- W. Gulo. (2010). *Metodologi Penelitian*. Grastindo.
- Www.infosaja.net*. (2021, September 10). [Personal communication].
- Ma'ruf Abdullah, Manajemen Bisnis Syariah, (Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2014), 225.