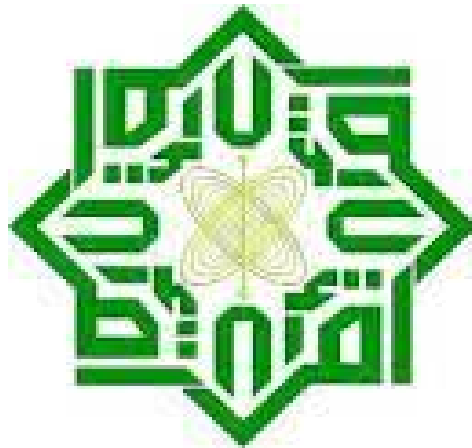


SKRIPSI

**ANALISIS DISTRIBUSI KERIPIK RENDANG TELUR PADA INDUSTRI KECIL
ERIKA DI KOTA PAYAKUMBUH SUMATERA BARAT**



Oleh :

AFIFAH IRHAM
10771000161

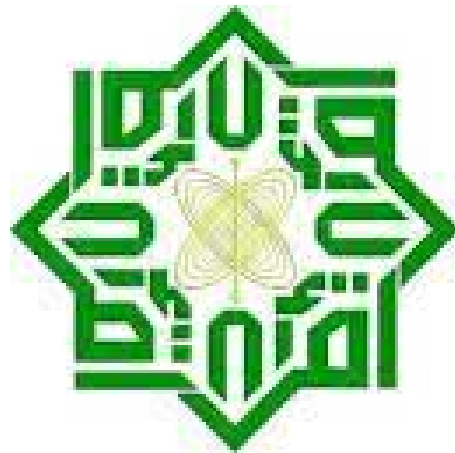
Jurusan Manajemen
Program S1

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS ISLAM NEGERISULTAN SYARIF KASIM RIAU
PEKANBARU
2012

SKRIPSI

ANALISIS DISTRIBUSI KERIPIK RENDANG TELUR PADA INDUSTRI KECIL ERIKA DI KOTA PAYAKUMBUH SUMATERA BARAT

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mengikuti Ujian Oral Convrensif
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru



Oleh :

AFIFAH IRHAM
10771000161

Jurusan Manajemen
Program S1

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS ISLAM NEGERISULTAN SYARIF KASIM RIAU
PEKANBARU
2012

ABSTRAK

Analisis Distribusi Keripik Rendang Telur pada Industri Kecil Erika di Kota Payakumbuh Sumatera Barat

Oleh : Afifah Irham

Penelitian ini dilakukan pada industri kecil Erika yang terletak di Jalan Tan Malaka Km.4 Lampasi Kota Payakumbuh Provinsi Sumatera Barat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi distribusi produk rendang telur dan faktor yang paling dominan mempengaruhi distribusi keripik rendang telur yang dilakukan industri kecil Erika.

Pengujian dilakukan dengan menggunakan regresi linear berganda, dimana variabel dependen (Y) adalah distribusi, sedangkan variabel independen (X) adalah distribusi yang diidentifikasi dengan item pengangkutan / transportasi (X1), pelayanan distribusi (X2), dan standar waktu (X3), geografis / kondisi jalan (X4), dan jadwal penyaluran (X5). Sampel yang digunakan adalah 92 responden yang merupakan pelanggan industri kecil Erika berupa outlet.

Hasil pengujian menggunakan regresi berganda menemukan bahwa secara bersama-sama variabel pengangkutan / transportasi (X1), pelayanan distribusi (X2), dan standar waktu (X3), geografis / kondisi jalan (X4), dan jadwal penyaluran (X5) berpengaruh secara signifikan terhadap distribusi (Y). Hal tersebut hasil analisis didapat nilai F hitung sebesar $68,282 > F$ tabel 2.32 dan teruji pada $\alpha = 5\%$ dan membuktikan bahwa variabel bebas berpengaruh secara simultan terhadap variabel terikat. Sementara hasil pengujian uji t menunjukkan bahwa variabel pengangkutan / transportasi (X1) mempunyai pengaruh yang paling dominan dengan t hitung paling besar $3,432 > t$ tabel 1,988 dan dengan signifikan terkecil 0.001. Sedangkan analisis regresi menunjukkan hasil konstanta sebesar 0,277. Hasil pengujian ini menjelaskan bahwa item pengangkutan / transportasi (X1), pelayanan distribusi (X2), dan standar waktu (X3), geografis / kondisi jalan (X4), dan jadwal penyaluran (X5) berperan dalam meningkatkan distribusi (Y) pada industri kecil Erika Kota Payakumbuh Provinsi Sumatera Barat.

Keyword : Distribusi, Industri Kecil

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum wr.wb

Alhamdulillah, puji syukur kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan limpahan rahmat dan karunianya. Shalawat serta salam senantiasa tercurah atas junjungan kita nabi Muhammad SAW sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.

Pada kesempatan ini penulis membuat skripsi dengan judul **“Analisis Distribusi Keripik Rendang Telur pada Industri Kecil Erika di Kota Payakumbuh Sumatera Barat”**. Skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam mengikuti ujian *Oral Comprehensive* guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Jurusan Manajemen Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Dalam penulisan skripsi ini penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan dan masih banyak terdapat kesalahan serta kekurangan. Oleh karena itu, dengan segenap kerendahan hati penulis mengharapkan kritik dan saran dari pembaca yang sifatnya membangaun demi tercapainya kesempurnaan skripsi ini.

Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Orang tua yang sangat aku sayangi, yaitu papa Drs.Irfan am dan mama tercinta Efni yang selalu mencurahkan kasih sayang, doa, dorongan dan motivasi dalam setiap langkah di hidupku. Semoga ananda akan selalu membuat papa dan mama bahagia, karena materi tidak akan dapat membalas semua pengorbanan papa dan mama.
2. Bapak Prof.Dr.H.M. Nazir, Selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Bapak Mahendra Romus, SP,M.Ec,PhD, Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, dan Selaku Ketua Jurusan Manajemen Pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, serta selaku pembimbing yang telah banyak memberikan pengarahan dan bimbingan dalam penulisan skripsi ini.
4. Ibu Lusiawati,SE,MBA, Selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga dan kesempatan dalam membantu penulis menyelesaikan proposal dan skripsi ini.
5. Semua Dosen Jurusan Manajemen khususnya dan dosen-dosen Fekonso umumnya di Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri

Sultan Syarif Kasim Riau yang telah memberikan ilmunya kepada penulis selama perkuliahan.

6. Untuk kakak ku Ifna fani dan adik-adikku Latifah Utary dan Fedo Illahi Irfan yang selalu menjadi motivasi bagiku untuk menjadi orang sukses.
7. Keluarga besar yang ada di Payakumbuh, terimakasih atas masukan dan motivasinya, semoga aku bisa meraih sukses seperti kalian, amin.
8. Untuk budi anggara yang selalu memberi aku motivasi dan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.
9. Sahabatku,suhe,rina,wenny,renny,iman,harni,agung,hadi,faisal,husin,daus,dedi,ega,anggie,tika dan teman-teman yang lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, Manajemen B angkatan 2007 yang selalu membuat hari-hariku penuh warna, terima kasih atas saran, kritik dan diskusi yang sangat membangun. Semangat dan terus berjuang ya sahabat.
10. Kepada semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah ikut andil dalam penulisan skripsi ini,semoga Allah SWT yang akan membalas segala ketulusan dan budi pekerti kalian, amiiin ya robbal'alamin.

Butuh banyak lembar kertas untuk berjuta nama yang tidak tertuliskan, bukan maksud hati untuk melupakan jasa kalian semua. Akhirnya tidak ada kata yang pantas penulis ungkapkan untuk mmbalas semua bantuan dan pengorbanan semua pihak, Kecuali Allah SWT yang

akan membalas dengan setimpal, dan penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi diri penulis dan kita semua. Amiiiiinnn

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Pekanbaru, Mei 2012

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I PENDAHULUAN	
I.1 Latar Belakang Masalah	1
I.2 Perumusan Masalah	9
I.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	9
I.4 Sistematika Penulisan	9
BAB II TELAAH PUSTAKA	
II.1 Pengertian Manajemen Pemasaran	12
II.2 Pengertian Bauran Pemasaran	12
II.3 Pengertian Saluran Distribusi	14
II.4 Distribusi Fisik / Manajemen Logistik	23
II.5 Distribusi dalam Perspektif Islam	25
II.6 Pengertian Industri Kecil	33
II.7 Penelitian Terdahulu	34
II.8 Hipotesis	36
II.9 Variabel Penelitian	36
BAB III METODE PENELITIAN	
III.1 Lokasi Penelitian	43
III.2 Jenis dan Sumber Data	43
III.3 Metode Pengumpulan Data	44
III.4 Populasi dan Sampel	45
III.5 Uji Kualitas Data	45
III.6 Uji Asumsi Klasik	47
III.7 Analisis Data	48
III.8 Pengujian Hipotesis Koefisien Regresi	50
BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	
IV.1 Sejarah Singkat Perusahaan	52
IV.2 Struktur Organisasi	54
IV.3 Pembagian Tugas pada Industri Kecil Erika	55
IV.4 Aktivitas Toko	58

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

V.1 Identitas Responden	62
V.2 Analisis Pelaksanaan Distribusi Keripik Rendang Telur pada Industri Kecil Erika	67
V.3 Pengaruh Variabel X Terhadap Y	87
1. Pengujian Instrumen Penelitian	88
2. Pengujian Asumsi Klasik	93
3. Analisis Regresi Linear Berganda	96
4. Analisis Koefisien Korelasi Berganda	99
5. Koefisien Determinasi	100
6. Pengujian Regresi Secara Parsial / Individu (Uji - t)	101
7. Pengujian Regresi Secara Serentak / Simultan (Uji F)	111

BAB VI PENUTUP

VI.1 Kesimpulan	115
VI.2 Saran	117

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BIOGRAFI

DAFTAR TABEL

Tabel I.1	Wilayah Distribusi Industri Kecil Rendang Telur di Kota Payakumbuh	3
Tabel I.2	Penjualan Industri Kecil Rendang Telur di Kota Payakumbuh .	6
Tabel II.1	Operasionalisasi Variabel Penelitian	39
Tabel III.1	Pedoman Tingkat Korelasi	50
Tabel IV.1	Komposisi Tenaga Kerja Menurut Tingkat Pendidikan pada Industri Kecil Erika Kota Payakumbuh	57
Tabel V.1	Tingkat Umur Responden	63
Tabel V.2	Jenis Kelamin Responden	64
Tabel V.3	Lama Berusaha Responden	65
Tabel V.4	Tingkat Pendidikan Responden.....	66
Tabel V.5	: Tanggapan Responden terhadap Transportasi / Pengangkutan pada Industri Kecil Erika	69
Tabel V.6	: Tanggapan Responden terhadap Pelayanan Distribusi pada Industri Kecil Erika	73
Tabel V.7	: Tanggapan Responden terhadap Standar Waktu pada Industri Kecil Erika	76
Tabel V.8	: Tanggapan Responden terhadap Geografis / Kondisi Jalan pada Industri Kecil Erika	78
Tabel V.9	: Tanggapan Responden terhadap Jadwal Penyaluran pada Industri Kecil Erika	81

Tabel V.10 : Total Skor Variabel-variabel Distribusi Industri Kecil Erika Kota Payakumbuh Sumatera Barat (Variabel X)	83
Tabel V.11 : Distribusi Industri Kecil Erika di Kota Payakumbuh Sumatera Barat	85
Tabel V.12 : Hasil Uji Validitas 30 Responden	89
Tabel V.13 : Hasil Uji Validitas 92 Responden.....	90
Tabel V.14 : Tabel Hasil Uji Reliabilitas 30 Responden	91
Tabel V.15 : Tabel Hasil Uji Reliabilitas 92 Responden	92
Tabel V.16 : Nilai <i>tolerance</i> dan VIF	94
Tabel V.17 : Nilai Regresi Linear Berganda.....	97
Tabel V.18 : Koefisien Korelasi Berganda	99
Tabel V.19 : Hasil Uji – t.....	103
Tabel V.20 Analisis Varian (ANOVA).....	112

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Jalur Distribusi Produk Konsumtif	20
Gambar 2.1	Jalur Distribusi Produk Industri	21
Gambar 4.1	Struktur Kepengurusan Industri Kecil Erika Tahun 2011	55
Gambar 5.1	Grafik Normalitas Data	93
Gambar 5.2	Scatterplot	95
Gambar 5.3	Kurva Uji Dua Pihak Variabel Transportasi	104
Gambar 5.4	Kurva Uji Dua Pihak Variabel Pelayanan	106
Gambar 5.5	Kurva Uji Dua Pihak Variabel Standar Waktu	107
Gambar 5.6	Kurva Uji Dua Pihak Variabel Geografis	109
Gambar 5.7	Kurva Uji Dua Pihak Variabel Jadwal Penyaluran	110
Gambar 5.8	Kurva Uji Dua Pihak Uji F	113

DAFTAR TABEL

Tabel I.1	Wilayah Distribusi Industri Kecil Rendang Telur di Kota Payakumbuh	3
Tabel I.2	Penjualan Industri Kecil Rendang Telur di Kota Payakumbuh .	6
Tabel II.1	Operasionalisasi Variabel Penelitian	39
Tabel III.1	Pedoman Tingkat Korelasi	50
Tabel IV.1	Komposisi Tenaga Kerja Menurut Tingkat Pendidikan pada Industri Kecil Erika Kota Payakumbuh	57
Tabel V.1	Tingkat Umur Responden	63
Tabel V.2	Jenis Kelamin Responden	64
Tabel V.3	Lama Berusaha Responden	65
Tabel V.4	Tingkat Pendidikan Responden.....	66
Tabel V.5	: Tanggapan Responden terhadap Transportasi / Pengangkutan pada Industri Kecil Erika	69
Tabel V.6	: Tanggapan Responden terhadap Pelayanan Distribusi pada Industri Kecil Erika	73
Tabel V.7	: Tanggapan Responden terhadap Standar Waktu pada Industri Kecil Erika	76
Tabel V.8	: Tanggapan Responden terhadap Geografis / Kondisi Jalan pada Industri Kecil Erika	78
Tabel V.9	: Tanggapan Responden terhadap Jadwal Penyaluran pada Industri Kecil Erika	81

Tabel V.10 : Total Skor Variabel-variabel Distribusi Industri Kecil Erika Kota Payakumbuh Sumatera Barat (Variabel X)	83
Tabel V.11 : Distribusi Industri Kecil Erika di Kota Payakumbuh Sumatera Barat	85
Tabel V.12 : Hasil Uji Validitas 30 Responden	89
Tabel V.13 : Hasil Uji Validitas 92 Responden.....	90
Tabel V.14 : Tabel Hasil Uji Reliabilitas 30 Responden	91
Tabel V.15 : Tabel Hasil Uji Reliabilitas 92 Responden	92
Tabel V.16 : Nilai <i>tolerance</i> dan VIF	94
Tabel V.17 : Nilai Regresi Linear Berganda.....	97
Tabel V.18 : Koefisien Korelasi Berganda	99
Tabel V.19 : Hasil Uji – t.....	103
Tabel V.20 Analisis Varian (ANOVA).....	112

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah

Semakin majunya ilmu pengetahuan dan teknologi telah membawa pengaruh dan perkembangan yang sangat besar pada kehidupan industri. Industri dalam mencapai tujuan sangat tergantung pada ketepatan manajemen dalam mengambil keputusan terhadap masalah yang dihadapi. Salah satu masalah yang dihadapi industri di masa sekarang ini adalah pemasaran. Hal ini disebabkan karena banyaknya industri yang menghasilkan produk sejenis, sehingga mengakibatkan semakin ketatnya persaingan di pasar. Maka industri perlu memperhatikan faktor-faktor yang berhubungan dengan pemasaran yaitu bagaimana produknya, harganya, tempatnya dan promosinya, untuk memperlancar arus barang dari tempat dihasilkan sampai pada konsumen. Salah satu faktor terpenting adalah memilih secara tepat saluran distribusi yang digunakannya.

Banyak industri tidak dapat mencapai sasaran penjualan hanya karena tidak tepatnya saluran distribusi yang digunakan. Pemilihan saluran distribusi merupakan salah satu hal penting yang harus ditentukan manajemen. Saluran distribusi adalah lembaga-lembaga distribusi penyalur yang mempunyai kegiatan untuk menyalurkan barang-barang dari produsen ke konsumen. Distributor atau

penyalur ini bekerja secara aktif untuk mengusahakan perpindahan bukan hanya fisik tetapi dalam arti agar barang-barang tersebut dapat dibeli oleh konsumen, dengan tujuan untuk meningkatkan volume penjualan guna memperoleh keuntungan yang maksimal. Salah satu diantaranya adalah dengan usaha memperlancar arus penjualan barang sesuai dengan sistem pendistribusian. Karena lancar tidaknya pemasaran barang tergantung tepat tidaknya kebijaksanaan dari pimpinan industri dalam menentukan saluran distribusi yang tepat.

Disini distribusi didukung oleh bidang manajemen lainnya antara lain penjualan, periklanan dan keuangan. Berkaitan dengan pentingnya masalah dalam menentukan kebutuhan distribusi apa yang dipakai dan seberapa seringnya frekuensi pengiriman yang optimal. Sehingga jelaslah bahwa mempelajari pemasaran dapat membantu tugas manajer dengan baik dan efisien. Dalam artian industri dapat tumbuh dan berkembang menurut yang diharapkan.

Hal yang sama juga dilakukan oleh manajemen industri kecil keripik rendang telur “Erika” yang bergerak di bidang usaha pembuatan keripik rendang telur dan memasarkan sendiri produk yang dihasilkannya.

Dapat dilihat bahwa persaingan yang terjadi dalam memasarkan produk rendang telur di Kecamatan Payakumbuh sangat ketat, karena di Kecamatan Payakumbuh inilah yang menjadi pusat oleh-oleh khas Sumatera Barat yang berada di jalan lintas antar provinsi, sehingga terdapat cukup banyak usaha sejenis

dengan industri kecil Erika yang juga menjual produk yang sama dengan harga yang tidak jauh berbeda juga.

Adapun industri kecil yang menjadi saingan industri kecil keripik rendang telur Erika dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel I.1 : Wilayah Distribusi Industri Kecil Rendang Telur di Kota Payakumbuh

No.	Nama Usaha	Jumlah Outlet	Wilayah Distribusi
1	Usaha Rendang "Erika"	92	Kabupaten Agam (21), Kabupaten Lima Puluh Kota (16), Kabupaten Padang Pariaman (6), Kabupaten Solok (8), Kabupaten Tanah Datar (9), Kota Bukit Tinggi (11), Kota Payakumbuh (14), Kota Padang (4), Kota Padang Panjang (3)
2	UD Nikmat	87	Kota Bukit Tinggi (16), Kota Payakumbuh (15), Kota Padang (18), Kabupaten Tanah Datar (9), Kabupaten Solok Selatan (12), Kota Sawahlunto (7), Kabupaten Pasaman (10)
3	Yen	94	Kota Padang (24), Kota Bukit Tinggi (20), Kota Payakumbuh (18), Kabupaten Pasaman (15), Kabupaten Solok (12), Kabupaten Padang Pariaman (5)
4	Yolanda	95	Kota Payakumbuh (14), Kota Padang (9), Kota Bukit Tinggi (18), Kota Padang Panjang (5), Kabupaten Agam (16), Kabupaten Padang Pariaman (10), Kabupaten Lima Puluh Kota (7), Kabupaten Solok (8), Kabupaten Padang Pariaman (8)
5	Pusako Bundo	76	Kota Padang (8), Kota Bukit Tinggi (9), Kota Padang Panjang (6), Kota Payakumbuh (14), Kabupaten Solok (11), Kabupaten Agam (8), Kabupaten Tanah Datar (6), Kabupaten Padang Pariaman (6), Kabupaten Pasaman (8)

Sumber : Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Payakumbuh, 2011

Dari tabel 1.1 di atas dapat dilihat bahwa banyaknya wilayah distribusi yang harus dilayani oleh industri kecil Erika yang lebih banyak dibanding para pesaingnya selain industri kecil Yen dan Yolanda. Hal ini menyebabkan Erika harus mampu menerapkan strategi saluran distribusi yang efektif agar mampu mendistribusikan produknya secara maksimal.

Sifat keripik rendang telur yang tidak tahan lama yaitu hanya bertahan lebih kurang dua bulan, membuat proses distribusi yang tepat sangat diperlukan dalam proses pemasaran di industri kecil Erika di Kota Payakumbuh sehingga keripik rendang telur yang sudah diproduksi cepat dapat langsung dipasarkan.

Pengembangan usaha industri keripik rendang telur dengan skala usaha kecil menengah memiliki prospek yang cukup baik, selain proses pembuatan keripik yang mudah, potensi pasarnya pun sangat mendukung. Dengan demikian usaha ini dapat dilakukan dalam skala industri rumah tangga. Bahan dan alat yang digunakan pun mudah diperoleh.

Dengan adanya pemasaran yang baik di dalam sebuah industri, maka volume penjualan akan stabil atau mampu meningkat, serta produk yang tidak terjual atau sisa produk yang diakibatkan karena produk sudah kadaluarsa dapat ditekan sehingga bisa memperoleh laba yang lebih maksimal, terutama untuk suatu keadaan pasar yang penuh dengan persaingan seperti pada industri kecil Erika. Di sini sangat terlihat sekali suatu bentuk pola pemasaran yang baik, apalagi dengan semakin berkembangnya pola pikir manusia yang semakin kritis yang menginginkan produk yang dibelinya baik mutu, bentuk, dan harga yang terjangkau serta praktis dalam penggunaan dan sebagainya. Umumnya seorang

konsumen akan lebih memilih suatu produk yang mutunya sesuai dengan selernya, yang tahan lama dan membawa rasa puas dalam pemakaian atau penggunaan dan sebagainya. Diharapkan dengan pemasaran yang baik, maka konsumen akan tertarik untuk membeli produk yang telah dihasilkan, dan pemasaran yang baik juga akan tercipta di dalam industri serta adanya spesialisasi produk merupakan bagian dari kemajuan industri.

Industri kecil yang berdiri sejak tahun 1997 ini didirikan oleh Ibu Farida Eriani dengan merek usaha “Erika” yang berada di Jalan Tan Malaka Km.4 Kota Payakumbuh Provinsi Sumatera Barat. Usaha milik Ibu Farida ini telah terdaftar di Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Payakumbuh sejak tahun 2003, serta memperoleh surat izin dari Dinas Kesehatan dengan nomor surat P-IRT No.2.01.1376.02.054 yang dikeluarkan tanggal 25 Agustus 2004. Mulai saat itulah, perusahaan Erika sudah mulai meningkat dan maju, dan bahkan produknya sudah mulai dipasarkan di toko-toko yang ada di Kota Payakumbuh dan Padang serta sekitarnya. Selain itu, keripik rendang telur merek Erika juga telah dinyatakan halal dari MUI dengan nomor surat LP.POM – MUI 13010001570909 yang dikeluarkan di Padang tanggal 1 September 2009. Dalam pengembangan usahanya, industri kecil Erika juga telah mengikuti pelatihan-pelatihan, antara lain Pelatihan Peningkatan Jiwa Kewirausahaan yang diselenggarakan di Payakumbuh tanggal 15 Juni 2007 dengan nomor sertifikat 540/PerindangNaker/Juni/2007 dan juga Pelatihan Achievement Motivation Training (AMT) yang diselenggarakan di Payakumbuh tanggal 24-29 November 2008 dengan sertifikat No.530/19/PPN/IND/XI/2008.

Dilihat selama tahun 2011, industri kecil Erika dalam memproduksi keripik rendang telur, rata-rata produksi per hari adalah 60 kg bahan baku yaitu tepung dan telur serta bumbu rendang yang telah diolah menjadi adonan. Yang mana dari bahan baku tersebut baru di bagi-bagi lagi untuk memproduksi ukuran kemasan 150 gram, 200 gram, 250 gram, dan 500 gram. Sedangkan untuk kemasan keripik rendang telur, dirancang agar tidak mudah masuk angin dan terpengaruh faktor eksternal yang dapat merusak kualitas rendang telur, yaitu dengan kemasan keripik yang dimasukkan dalam plastik lalu dimasukkan lagi ke dalam kotak pembungkus sesuai ukurannya.

Untuk mengetahui target penjualan dan realisasi penjualan dari tahun 2007 hingga tahun 2011 Industri Kecil Erika dan para industri sejenis dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel I.3 : Jumlah Penjualan Tiap Tahunnya pada Industri Kecil Rendang Telur Di Kota Payakumbuh (dalam Kg)

No	NAMA USAHA	PENJUALAN				
		2007	2008	2009	2010	2011
1	Erika	15.865	19.575	17.550	22.725	21.000
2	UD Nikmat	17.550	23.670	21.600	19.300	22.100
3	Yen	14.000	17.400	19.230	21.200	24.500
4	Yolanda	19.600	23.460	26.540	31.500	32.700
5	Pusako Bundo	13.900	12.300	15.690	18.100	19.000

Sumber : Industri Kecil Rendang Telur di Kota Payakumbuh, 2011

Dari tabel di atas, dapat dijelaskan bahwa adanya penjualan dari tahun ke tahun mengalami fluktuatif dan tidak meningkat secara stabil. Penjualan Erika dapat dinilai cukup bersaing dibanding dengan para pesaingnya, namun belum mampu menjadi *market leader* di pasarnya. Banyaknya pesaing yang ada serta tingkat persaingan yang ketat mengharuskan Erika untuk memaksimalkan distribusi produknya ke seluruh wilayah distribusi agar berjalan maksimal dan memenuhi target penjualannya.

Industri kecil rendang telur Erika dalam memasarkan produk keripik rendang telur di Kota Payakumbuh tidak hanya di Kota Payakumbuh saja, tetapi juga hampir di seluruh kota yang ada di Sumatera Barat, terutama ibu kota Padang. Tetapi untuk mendistribusikan produk rendang telur sangat sulit, hal itu dikarenakan transportasi yang kurang memadai dengan produk yang ingin dipasarkan keluar dari Payakumbuh, sehingga yang rutin didistribusikan adalah di daerah Kota Payakumbuh karena pendistribusiannya relatif mudah dan cepat.

Industri kecil keripik rendang telur Erika selain sebagai industri yang memproduksi keripik rendang telur, juga bertugas menyalurkan atau memasarkan produknya sendiri ke daerah-daerah yang sulit dijangkau atau jauh dari agen. Industri kecil Erika seringkali mengalami hambatan atau kendala-kendala dalam mendistribusikan keripik rendang telur dikarenakan oleh faktor-faktor seperti kurangnya alat transportasi, tempat pemasaran yang jauh dari industri yang memproduksi produk, kurangnya modal dalam mendistribusikan produk-produk tersebut, serta kurangnya tenaga kerja untuk membantu memperlancar proses distribusi.

Dalam melakukan pendistribusiannya, industri kecil Erika hanya menggunakan sebuah mobil *pick-up*, di sini terlihat adanya sarana transportasi yang masih belum memenuhi harapan industri dalam menyalurkan hasil produknya. Luasnya area pemasaran industri kecil Erika, mengharuskan pendistribusian berjalan dengan lancar dan cepat sampai ke outlet-outlet dan pelanggan. Hal ini dilakukan karena ketahanan produk keripik rendang telur hanya dua bulan dari masa produksi.

Fungsi alat transportasi mobil *pick-up* selama ini bagi industri kecil Erika sebagai operasional baik itu untuk membeli bahan-bahan baku dan pelengkap dari pasar, juga sebagai alat distribusi untuk mendistribusikan keripik rendang telur ke outlet-outlet.

Masih banyaknya kekurangan sarana transportasi dalam memasarkan produk keripik rendang telur yang dihasilkan oleh industri kecil Erika, maka perlu suatu sistem pendistribusian yang sangat efektif dan efisien sehingga untuk selanjutnya tidak terjadi lagi permasalahan dalam pemasaran yang mengakibatkan produk tidak terjual sampai seratus persen.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis tertarik untuk meneliti masalah pemasaran produk keripik rendang telur khususnya masalah distribusi, dengan judul **“Analisis Distribusi Keripik Rendang Telur Pada Industri Kecil Erika Di Kota Payakumbuh Sumatera Barat.”**

I.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan diatas, maka penulis merumuskan masalah yang dapat diteliti yaitu : “Faktor apakah yang mempengaruhi distribusi keripik rendang telur pada industri kecil Erika di Kota Payakumbuh Sumatera Barat?”

I.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Sesuai dengan perumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi distribusi pada industri kecil Erika di Kota Payakumbuh Sumatera Barat.
2. Untuk mengetahui faktor yang paling dominan mempengaruhi distribusi keripik rendang telur pada industri kecil Erika di Kota Payakumbuh Sumatera Barat.

Sedangkan manfaat dari penelitian ini yaitu :

1. Merupakan kesempatan bagi penulis untuk mengaplikasikan ilmu pengetahuan yang telah penulis peroleh.
2. Sebagai bahan masukan bagi industri kecil Erika dalam pengambilan keputusan mengenai kebijakan pemasaran terutama yang berkaitan dengan upaya pendistribusian produk.
3. Sebagai sumber informasi bagi penelitian selanjutnya dalam kasus yang sama.

I.4 Sistematika Penulisan

Dalam penulisan ini, penulis membaginya dalam enam bab. Adapun pokok bahasan yang akan disajikan pada tiap bab adalah sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini merupakan bab pendahuluan yang menguraikan latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II : TELAAH PUSTAKA

Bab ini memuat serangkaian mengenai teori-teori yang berhubungan dengan permasalahan yang akan dianalisa dan yang dibahas, penjelasan dari variabel-variabel yang sangat berhubungan dengan permasalahan, kerangka penelitian serta hipotesis penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang lokasi dan waktu penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan teknik pengambilan sampel, dan analisis data.

BAB IV : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab ini merupakan pemaparan hasil penelitian dan pembahasan tentang industri kecil rendang telur Erika, struktur organisasi dan aktifitas perusahaan secara menyeluruh.

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini penulis akan mengemukakan tentang pembahasan dari hasil penelitian yang dilakukan.

BAB VI : KESIMPULAN

Bab ini akan memberikan kesimpulan, keterbatasan dari penelitian dan saran yang diambil dari hasil pembahasan bagi peneliti berikutnya.

BAB II

LANDASAN TEORITIS

II.1 Pengertian Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran merupakan proses perencanaan dan pelaksanaan rancangan, penetapan harga, promosi dan distribusi barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang memenuhi sasaran-sasaran individu dan organisasi.

Menurut **Kotler dan Armstrong (2002:134)** manajemen pemasaran adalah analisis, perencanaan, pelaksanaan dan pengendalian atas program yang dirancang untuk menciptakan, membangun dan mempertahankan pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran dengan maksud untuk mencapai sasaran organisasi.

Dari pengertian manajemen pemasaran tersebut, mengandung makna bahwa manajemen pemasaran adalah :

1. Suatu proses manajemen yang meliputi analisis, perencanaan, pelaksanaan, kontrol.
2. Suatu kegiatan dengan tujuan pertukaran yang diinginkan.
3. Suatu kegiatan yang dapat diinginkan oleh penjual dan pembeli.
4. Suatu kegiatan yang dilakukan, baik yang bertujuan untuk keuntungan pribadi maupun bersama.

II.2 Pengertian Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)

Swastha (2003:103) menyatakan bahwa *marketing mix* adalah kombinasi dari empat variabel atau empat kegiatan yang merupakan inti dari suatu sistem

dari perusahaan, yaitu : produk, struktur harga, kegiatan promosi dan sistem distribusi.

Sedangkan menurut **Kotler (2007:41)** *marketing mix* adalah serangkaian variabel yang terkendali yang dipakai perusahaan untuk menghasilkan tanggapan yang dikehendaki perusahaan dari pasar sasaran.

Berdasarkan uraian di atas dapat dinyatakan bahwa *marketing mix* merupakan sekelompok variabel yang terdiri dari produk, harga, saluran distribusi dan promosi yang dapat dilaksanakan perusahaan untuk mempengaruhi permintaan akan produknya. Apabila suatu perusahaan telah memiliki kelompok pembeli sasaran, maka untuk selanjutnya perusahaan tersebut harus menyusun komunikasi untuk merebut pembeli sasaran dari perusahaan pesaing.

Unsur-unsur bauran pemasaran meliputi :

a. Produk (*Product*)

Produk merupakan sekumpulan atribut yang nyata (*tangible*) dan tidak nyata (*intangible*) yang di dalamnya sudah tercakup warna, harga, kemasan, prestise pabrik serta pengecer yang mungkin diterima oleh pembeli sebagai sesuatu yang biasa memuaskan keinginan.

b. Distribusi (*Place*)

Dalam rangka memperlancar arus barang dan jasa dari produsen ke konsumen, maka salah satu faktor yang penting dan tidak boleh diabaikan begitu saja adalah memilih saluran distribusi yang tepat. Masalah pemilihan saluran distribusi adalah suatu barang yang penting, sebab kesalahan dalam

pemilihan ini dapat memperlambat bahkan memacetkan usaha penyaluran barang dan jasa dari produsen ke tangan konsumen.

c. Promosi (*Promotion*)

Setelah perusahaan berhasil memproduksi suatu barang sesuai dengan selera dan keinginan konsumen serta dengan harga yang pantas maka masyarakat harus diberitahu tentang produk tersebut, apakah melalui media massa atau dengan cara lain. Dari pemberitahuan tersebut diharapkan masyarakat terdorong melakukan pembelian dan tentu saja hal ini akan mempengaruhi penjualan perusahaan.

d. Harga (*Price*)

Harga adalah sejumlah uang yang harus dibayar oleh konsumen untuk mendapatkan produk yang diinginkan.

II.3 Pengertian Saluran Distribusi

Saluran distribusi adalah salah satu fungsi yang sangat penting dilakukan dalam pemasaran yaitu untuk mengembangkan dan memperlancar arus barang dan jasa mulai dari produsen sampai ke tangan konsumen sesuai dengan jumlah, waktu, dan kerja yang layak.

Menurut **Swastha (2002 : 285)** saluran distribusi adalah jalur yang dipakai untuk perpindahan barang dari produsen ke konsumen akhir atau dari kalangan industri.

Menurut **Kotler (2005:623)** saluran distribusi di anggap mencakup suatu kelompok atau lembaga-lembaga yang melakukan kegiatan (fungsi) yang

digunakan untuk menyalurkan produk dan status kepemilikan dari lingkungan produksi ke lingkungan konsumsi.

Menurut **Nitisemito (2001:102)** saluran distribusi adalah lembaga-lembaga distributor yang mempunyai kegiatan untuk menyampaikan barang-barang atau jasa dari produsen ke konsumen, dalam arti agar barang-barang atau jasa tersebut dapat dibeli oleh konsumen.

Menurut **Swastha (2002:286)** saluran distribusi adalah sekelompok pedagang atau agen perusahaan yang mengkombinasikan pemindahan fisik dan nama dari suatu produk untuk menciptakan kegunaan bagi pasar tertentu.

Dari defenisi tersebut dapat diketahui adanya unsur-unsur penting yaitu :

- a. Saluran merupakan kelompok lembaga yang ada diantara berbagai lembaga yang mengadakan kerja sama untuk mencapai suatu tujuan.
- b. Karena anggota-anggota kelompok terdiri atas beberapa pedagang dan beberapa agen, maka ada sebagian yang memperoleh nama dan sebagian lainnya tidak. Tidak perlu bagi setiap saluran untuk menggunakan agen, tetapi pada prinsipnya setiap saluran harus memiliki seorang pedagang. Alasannya adalah hanya pedagang saja yang dianggap tepat sebagai pemilik untuk memindahkan barang. Dalam hal ini distribusi fisik merupakan kegiatan yang penting.
- c. Saluran melaksanakan dua kegiatan penting untuk mencapai tujuan yaitu mengadakan penggolongan produk menunjukkan jumlah dari berbagai keperluan produk yang dapat memberikan kepuasan pada pasar. Jadi barang

merupakan bagian dari penggolongan produk masing-masing produk mempunyai suatu tingkat tertentu.

a) Fungsi Saluran Distribusi

Menurut **Swastha (2003:146)** fungsi saluran distribusi meliputi hal sebagai berikut :

1. Menjembatani antara produsen dan konsumen
2. Melalui saluran distribusi konsumen dapat membeli barang dan jasa yang dibutuhkan
3. Saluran distribusi ikut serta dalam penetapan harga
4. Saluran distribusi aktif dalam promosi
5. Saluran distribusi dapat menurunkan dana dan biaya
6. Saluran distribusi sebagai komunikator antara produsen dan konsumen
7. Saluran distribusi memberi jaminan atas barang jasa kepada konsumen
8. Saluran distribusi memberikan layanan tambahan kepada konsumen
9. Saluran distribusi memberikan pelayanan tambahan atas fungsi pemasaran

Bertitik tolak dari pengertian dan fungsi saluran distribusi, maka dapat dilihat adanya faktor penting yang perlu diperhatikan yaitu :

1. Saluran distribusi mempunyai tugas melakukan penggolongan produk dan distribusi produk dari produsen kekonsumen
2. Saluran distribusi merupakan kumpulan lembaga yang bergerak diantara produsen dan konsumen yang bekerja sama untuk mencapai suatu tujuan.

Sedangkan menurut **Kotler (2005:559)** sebuah saluran pemasaran melaksanakan tugas pemindahan barang dari produsen ke konsumen. Hal itu mengatasi kesenjangan waktu, tempat, dan kepemilikan yang memisahkan barang dan jasa dari orang-orang yang membutuhkan atau menginginkannya.

b) Jenis Saluran Distribusi

Menurut **Angipora (2002:59)** proses penyaluran produk sampai ke tangan konsumen akhir dapat menggunakan saluran yang panjang atau pun pendek sesuai dengan kebijaksanaan saluran distribusi yang ingin dilaksanakan perusahaan. Jenis saluran distribusi menurut bentuknya dibagi atas dua, yaitu :

a. Saluran distribusi langsung (*direct chanel of distribution*)

Saluran distribusi langsung adalah bentuk penyaluran barang atau jasa dari produsen ke konsumen dengan tidak melalui perantara.

Bentuk saluran distribusi langsung dapat dibagi dalam 4 macam yaitu :

1. *Selling at the point production* adalah bentuk penjualan langsung dilakukan ditempat produksi
2. *Selling at the producer's retail store* adalah penjualan yang dilakukan ditempat pengecer
3. *Selling door to door* adalah penjualan yang dilakukan oleh produsen langsung kekonsumen dengan mengarahkan salesmannya ke rumah-rumah atau ke kantor-kantor konsumen
4. *Selling though mail* adalah penjualan yang dilakukan perusahaan dengan menggunakan jasa pos atau jasa pengiriman.

b. Saluran distribusi tidak langsung (*indirect chanel of distribution*)

Saluran distribusi tidak langsung adalah saluran distribusi yang menggunakan jasa perantara dan agen untuk menyalurkan barang dan jasa dari produsen ke konsumen.

1. Perantara

Menurut **Stanton (Tjiptono, 2002:76)** perantara adalah orang atau perusahaan yang menghubungkan aliran barang dari produsen ke konsumen akhir dan konsumen industrial.

2. Agen

Menurut **C. Glen Walters**, agen merupakan lembaga yang melaksanakan perdagangan menyediakan jasa-jasa atau fungsi khusus yang berhubungan dengan penjualan atau distribusi barang, tetapi mereka tidak mempunyai hak untuk memiliki barang yang diperdagangkan (**Swastha, 2002:87**).

c) **Pemilihan Saluran Distribusi**

Menurut **Nitisemito (2001:106)** dalam pemilihan saluran distribusi ada faktor-faktor yang sangat berpengaruh terhadap pemilihan saluran distribusi tersebut:

1. Sifat barang

Sifat barang ini dapat berupa cepat atau tidaknya barang tersebut mengalami kerusakan, untuk barang yang cepat rusak cenderung

menggunakan mata rantai saluran distribusi pendek, sebaliknya untuk barang yang tahan lama cenderung menggunakan saluran distribusi yang panjang.

2. Sifat penyebaran

Dalam memasarkan barang-barang, ada barang tertentu yang perlu penyebaran secara luas baik secara vertikal maupun horizontal dan biasanya barang-barang tersebut adalah kebutuhan umum dan harga perunitnya rendah, karena dalam hal ini konsumen lebih senang apabila barang-barang tersebut dapat dibeli disekitar tempat tinggalnya sehingga produsen cenderung menggunakan saluran distribusi panjang dan begitu sebaliknya.

3. Alternatif biaya

Secara umum menggunakan saluran distribusi yang panjang akan menimbulkan biaya yang lebih besar sehingga mendorong harga lebih tinggi.

4. Modal yang disediakan

Dalam hal ini harus mengeluarkan dana atau modal sesuai dengan saluran distribusi yang digunakan, jika cenderung menggunakan saluran distribusi panjang maka modal yang disediakan pun tinggi dan menyediakan modal untuk jangka panjang dan sebaliknya jika menggunakan saluran distribusi pendek maka modal yang disediakan relatif rendah, karena keperluannya untuk jangka pendek.

5. Tingkat keuntungan

Setiap perusahaan mempunyai tujuan untuk mendapatkan laba, saluran distribusi perlu diperhatikan tingkat keuntungannya.

6. Jumlah pembelian

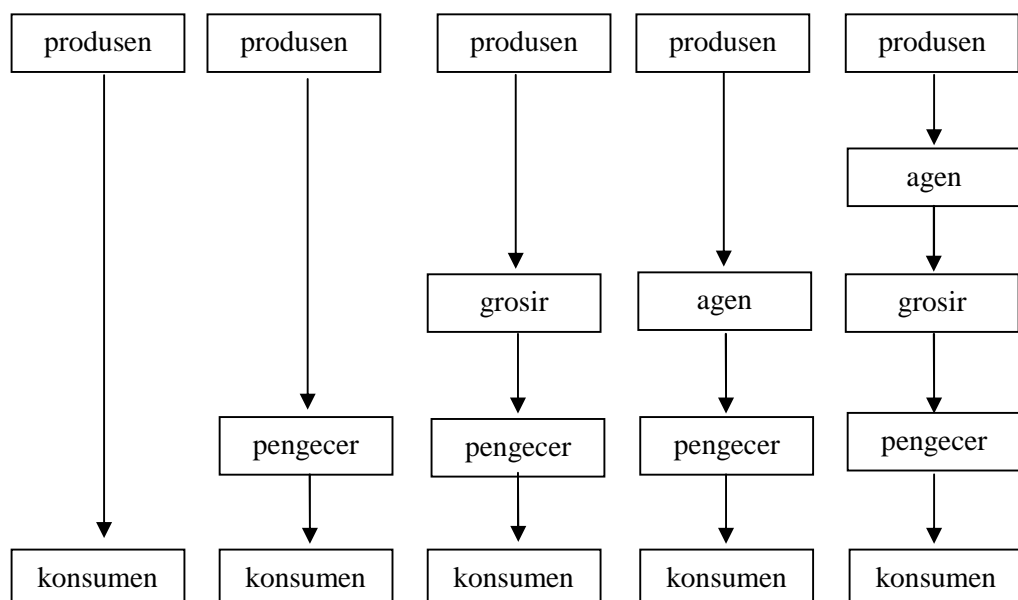
Konsumen dalam hal ini turut mempengaruhi saluran distribusi yang digunakan baik saluran distribusi panjang maupun saluran distribusi pendek, karena dari jumlah pembelian lah diketahui lancar atau tidaknya saluran distribusi.

Menurut **Swastha (2003:295)** beberapa alternatif distribusi yang akan dibahas di sini didasarkan pada jenis barang dan segmen pasarnya, yaitu :

1. Barang konsumsi , untuk segmen pasar konsumen

Dalam penyaluran barang konsumsi yang ditujukan untuk pasar konsumen, terdapat lima macam saluran. Pada setiap saluran, produsen mempunyai alternatif yang sama untuk menggunakan kantor cabang penjualan

Gambar 2.1
Jalur Distribusi Produk Konsumtif



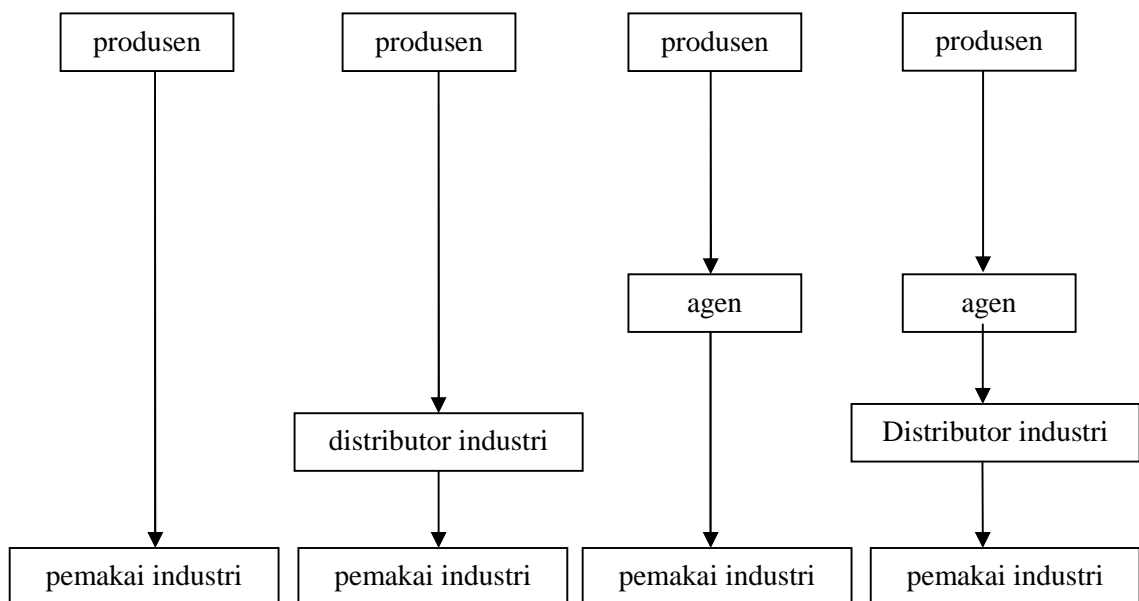
Sumber : Swastha (2003:29)

2. Barang industri, untuk segmen pasar industri

Karakteristik ada pada barang industri berbeda dengan barang konsumsi, maka saluran distribusi yang dipakainya juga agak berbeda. Seperti halnya pada saluran distribusi barang konsumsi, saluran distribusi untuk barang industri juga mempunyai kemungkinan/kesempatan yang sama bagi produsen untuk menggunakan kantor cabang penjualan.

Ada empat macam saluran yang dapat digunakan untuk mencapai pemakai industri. Keempat macam saluran distribusi tersebut adalah

Gambar 2.2
Jalur Distribusi Produk Industri



Sumber : Swastha (2003:295)

d) Menentukan Banyak Penyalur

Menurut **Swastha (2003:302)** setelah menentukan saluran distribusi yang akan dipakai, perusahaan / produsen perlu menentukan jumlah perantara untuk

ditempatkan sebagai pedagang besar atau pengecer. Dalam hal ini produsen mempunyai tiga alternatif pilihan yaitu :

a. Distribusi intensif

Distribusi intensif ini dapat dilakukan oleh produsen yang menjual barang konvesien. Perusahaan berusaha menggunakan penyalur, terutama pengecer sebanyak-banyaknya untuk mendekati dan mencapai konsumen. Semua ini dimaksudkan untuk mempercepat pemenuhan kebutuhan konsumen.

b. Distribusi selektif

Perusahaan yang menggunakan distribusi selektif ini berusaha memilih suatu jumlah pedagang besar atau pengecer yang terbatas dalam daerah geografis. Perusahaan dapat beralih ke distribusi selektif apabila hal ini lebih menguntungkan dari pada distribusi insentif, sehingga jumlah pengecer yang digunakankan lebih terbatas. Penggunaan saluran distribusi selektif ini dimaksudkan untuk meniadakan penyalur yang tidak menguntungkan dan meningkatkan volume penjualan dengan jumlah transaksi lebih terbatas.

c. Distribusi eksklusif

Distribusi eksklusif ini dilakukan oleh perusahaan dengan hanya menggunakan satu pedagang besar atau pengecer dalam daerah pasar tertentu. Jadi produsen/penyedia hanya menjual produknya kepada satu pedagang besar atau pengecer saja. Hal ini dilakukan agar lebih mudah mengadakan pengawasan pada tingkat harga eceran maupun pada usaha kerjasama dengan penyalur dalam periklanan.

II.4 Distribusi Fisik / Manajemen Logistik

Menurut **Swastha (2002:220)** distribusi fisik adalah kegiatan-kegiatan dari aliran material seperti pengangkutan, penyimpanan, serta pergudangan persediaan.

Distribusi fisik ini dipakai untuk menggambarkan luasnya kegiatan pemindahan suatu barang ke tempat tertentu dan pada saat tertentu. Saluran distribusi fisik dapat juga dikatakan terdiri dari seperangkat kegiatan yang mencakup perencanaan dan pelaksanaan arus fisik barang dari tempat asal menuju kepada pemakai atau konsumen akhir untuk memilih kebutuhan pelanggan dengan cara menghasilkan laba bagi perusahaan sehingga tercapailah tujuan perusahaan.

Distribusi fisik merupakan salah satu masalah penting dalam pemasaran. Seperti halnya pada mobil, tidak akan berjalan tanpa menggunakan bahan bakar. Dalam hal ini lokasi pemasaran juga penting, misalnya lokasi toko, gudang atau tempat tertentu pada saat yang tepat dapat dilakukan untuk memaksimalkan kesempatan pada volume penjualan yang menguntungkan.

Distribusi fisik ini mencakup kegiatan utama yaitu (**Swastha, 2002:221**):

a. Penyimpanan atau pergudangan

Pergudangan sering diartikan sebagai tempat penyimpanan barang-barang sebelum digunakan. Gudang tempat menyimpan sangat besar artinya dalam kelancaran penyimpan barang kepada konsumen. Dalam operasinya perusahaan / produsen dapat memilih untuk menggunakan gudang atau tempat penyimpanan sendiri, atau menyewanya gudang umum.

b. Transportasi (pengangkutan)

Pengangkutan merupakan fungsi pemindahan barang dari tempat barang dihasilkan ke tempat barang yang dikonsumsi. Pengangkutan yang baik memungkinkan perluasan pasar dan memungkinkan pula spesialisasi dalam industri yang akan berakibat produksi secara besar-besaran. Sebelum membahas lebih dalam mengenai pengangkutan, penulis akan menjelaskan apa yang dimaksud dengan pengangkutan tersebut.

c. Pelayanan/salesman

Dalam mencapai tujuan, pimpinan perusahaan dapat mendelegasikan sebagian wewenangnya kepada bagian pemasaran. Dan untuk tugas-tugas penjualan, bagian pemasaran mendelegasikan wewenangnya kepada sub bagian penjualan yaitu salesman. Dalam menggunakan distribusi langsung ini peran tenaga penjual sangat penting, guna memperlancar kegiatan distribusi yang dilakukan oleh perusahaan. Salesman adalah penjual yang melakukan penjualan dengan bertemu muka. Dimana seorang penjual dari perusahaan langsung menemui konsumen untuk menawarkan produknya.

d. Standar Waktu

Standar waktu merupakan kecepatan waktu produk sampai di pasar atau ke outlet-outlet. Standar waktu yang ditetapkan perusahaan sebaiknya disesuaikan dengan perjanjian terhadap pasar dan juga kemampuan distribusi perusahaan dalam memenuhi tenggat waktu yang telah ditetapkan.

e. Geografis atau kondisi jalan

Merupakan keadaan lingkungan yang dilalui oleh transportasi pendistribusian perusahaan dari produsen ke outlet-outlet. Kondisi geografis yang dilalui

dalam proses pendistribusian akan mempengaruhi karena akses jalan atau kondisi geografis yang baik dan mendukung akan semakin memperlancar distribusi yang dilakukan.

f. Jadwal penyaluran

Jadwal penyaluran adalah waktu pendistribusian produk yang sudah ditentukan oleh perusahaan. Jadwal penyaluran yang sudah ditetapkan perusahaan dalam melakukan distribusi hendaknya diusahakan untuk ditepati karena dengan penetapan jadwal yang baik akan mampu memunculkan rasa loyalitas yang tinggi dari pasar terhadap perusahaan.

g. Tingkat saluran distribusi

Merupakan proses penyaluran produk dari produsen hingga sampai ke tangan pelanggan. Semakin banyak tingkat saluran distribusi yang digunakan suatu produk, akan mempengaruhi lamanya proses distribusi yang dilakukan oleh perusahaan.

II.5 Distribusi dalam Perspektif Islam

a) Makna Distribusi dalam Islam

Adapun makna distribusi dalam ekonomi islam sangatlah luas, yaitu mencakup pengaturan kepemilikan unsur-unsur produksi dan sumber-sumber kekayaan. Dimana islam memperbolehkan kepemilikan umum dan kepemilikan khusus, dan meletakkan masing-masingnya kaidah-kaidah untuk mendapatkan dan mempergunakannya, dan kaidah – kaidah untuk warisan, hibah dan wasiat. Sebagaimana ekonomi Islam juga memiliki politik dalam distribusi pemasukan, baik antar unsur – unsur produksi maupun antara individu masyarakat dan

kelompok – kelompoknya, disamping pengembalian distribusi dalam system jaminan sosial yang disampaikan dalam ajaran islam.

Karena memperhatikan bahayanya pendistribusian harta yang bukan pada haknya dan terjadinya penyelewengan distribusi pada jalannya yang benar ini, maka islam mengutamakan tema distribusi dengan perhatian besar yang nampak dalam beberapa fenomena, dimana yang terpenting adalah sebagai berikut :

- 1) Banyaknya nash Al Quran dan hadist Nabawi yang mencakup tema distribusi dengan menjelaskan system manajemennya, himbauan komitmen dan cara-caranya yang terbaik dan memperingatkan penyimpangan dari system yang benar.
- 2) Syariat islam tidak hanya menetapkan prinsip – prinsip umum bagi distribusi dan pengembalian distribusi, namun juga merincikan dengan jelas dan lugas cara pendistribusian harta dan sumber-sumbernya.
- 3) Banyaknya dan komperhensifnya system dan cara distribusi yang ditegakkan dalam islam, baik dengan cara pengharusan (wajib) maupun yang secara suka rela (sunnah)
- 4) Al Qur'an menyebutkan secara tekstual dan eksplisit tentang tujuan peringatan perbedaan di dalam kekayaan, dan mengantisipasi pemusatan harta dalam kalangan minoritas.

Dapat kita lihat pada Firman Allah QS Al-Hasyr: 7



“ Apa saja harta rampasan (fai-i) yang diberikan Allah kepada RasulNya (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 bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah amat keras hukumannya.”

- 5) Dalam fikih ekonomi Umar Radhiyallahu Anhu, tema distribusi mendapat porsi besar yang dijelaskan dalam kepemimpinannya, yakni dalam perkataannya, “ Sesungguhnya aku telah meninggalkan kepada kalian dua hal yang akan selalu kalian dalam kebaikan selama kalian

komitmen kepada keduanya, yaitu adil dalam hukum, dan adil dalam pendistribusian.”

b) Tujuan Distribusi dalam Ekonomi Islam

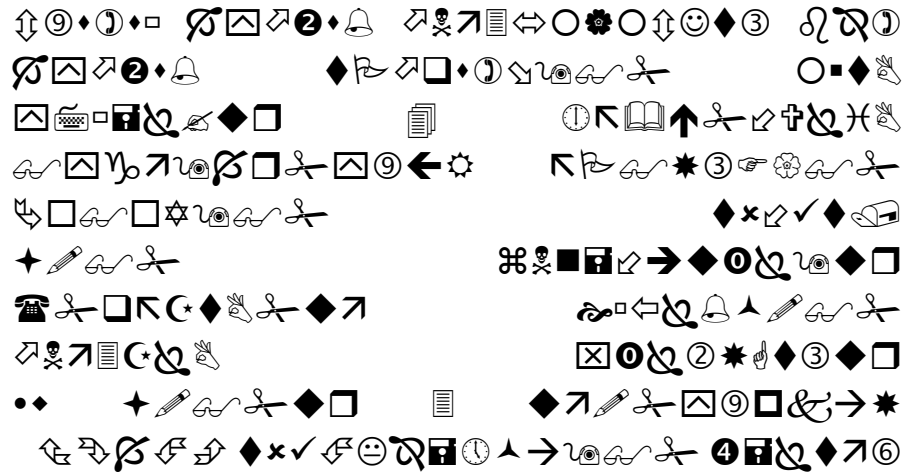
Ekonomi Islam datang dengan system distribusi yang merealisasikan beragam tujuan yang mencakup berbagai bidang kehidupan, dan mengikuti politik terbaik dalam merealisasikan tujuan – tujuan tersebut. Secara umum dapat kami katakana bahwa system distribusi ekonomi dalam ekonomi islam mempunyai andil bersama system dan politik syariah lainnya-dalam merealisasikan beberapa tujuan umum syariat islam. Dimana tujuan distribusi dalam ekonomi islam di kelompokkan kepada tujuan dakwah, pendidikan, sosial dan ekonomi. Berikut ini hal yang terpenting kedalam tujuan tersebut adalah :

Pertama : Tujuan Dakwah

Yang dimaksud dakwah disini adalah dakwah kepada islam dan menyatukan hati kepadanya. Diantaranya contoh yang paling jelas adalah bagian muallaf di dalam zakat, dimana muallaf itu adakalnya orang kafir yang diharapkan keislamannya atau dicegah keburukannya, atau orang islam yang di harapkan kuat keislamannya. Sebagaimana system distribusi dalam *ghanimah* dan *fa'i* juga memiliki tujuan dakwah yang jelas.

Pada sisi lain, bahwa pemberian zakat kepada muallaf juga memiliki dampak dakwah terhadap orang yang menunaikan zakat itu sendiri.

Sebab Allah berfirman pada Firman Allah QS Ali Imran: 140



“Jika kamu (pada perang Uhud) mendapat luka, Maka Sesungguhnya kaum (kafir) itupun (pada perang Badar) mendapat luka yang serupa. dan masa (kejayaan dan kehancuran) itu kami pergilirkan diantara manusia (agar mereka mendapat pelajaran); dan supaya Allah membedakan orang-orang yang beriman (dengan orang-orang kafir) supaya sebagian kamu dijadikan-Nya (gugur sebagai) syuhada' dan Allah tidak menyukai orang-orang yang zalim,”

Kedua : Tujuan Pendidikan

Di antara tujuan pendidikan dalam distribusi adalah seperti yang di sebutkan dalam firman Allah QS At-Taubah : 103



“Ambillah zakat dari sebagian harta mereka, dengan zakat itu kamu membersihkan[658] dan mensucikan[659] mereka dan mendoalah untuk mereka. Sesungguhnya doa kamu itu (menjadi) ketenteraman jiwa bagi mereka. dan Allah Maha mendengar lagi Maha Mengetahui.”

[658] Maksudnya: zakat itu membersihkan mereka dari kekikiran dan cinta yang berlebih-lebihan kepada harta benda

[659] Maksudnya: zakat itu menyuburkan sifat-sifat kebaikan dalam hati mereka dan memperkembangkan harta benda mereka.

Secara umum, bahwa distribusi dalam perspektif ekonomi islam dapat mewujudkan beberapa tujuan pendidikan, dimana yang terpenting adalah sebagai berikut :

- a) Pendidikan terhadap akhlak terpuji, seperti suka memberi, berderma dan mengutamakan orang lain.
- b) Mensucikan dari akhlak tercela, seperti kikir, loba dan mementingkan diri sendiri (egois).

Ketiga : Tujuan Sosial

Tujuan sosial terpenting dalam distribusi adalah sebagai berikut :

- 1. Memenuhi kebutuhan kelompok yang membutuhkan, dan menghidupkan prinsip solidaritas di dalam masyarakat muslim. Dapat di lihat pada Firman Allah QS Al Baqarah:273





“(Berinfaqlah) kepada orang-orang fakir yang terikat (oleh jihad) di jalan Allah; mereka tidak dapat (berusaha) di bumi; orang yang tidak tahu menyangka mereka orang Kaya Karena memelihara diri dari minta-minta. kamu kenal mereka dengan melihat sifat-sifatnya, mereka tidak meminta kepada orang secara mendesak. dan apa saja harta yang baik yang kamu nafkahkan (di jalan Allah), Maka Sesungguhnya Allah Maha Mengatahui.”

2. Menkuatkan ikatan cinta dan kasih sayang diantara individu dan kelompok di dalam masyarakat
3. Mengikis sebab – sebab kebencian dalam masyarakat, dimana akan berdampak pada terealisasinya keamanan dan ketentraman masyarakat, sebagai contoh bahwa distribusi yang tidak adil dalam pemasukan dan kekayaan akan berdampak adanya kelompok dan daerah miskin, dan bertambahnya tingkat kriminalitas yang berdampak pada ketidak tentraman.
4. Keadilan dalam distribusi mencakup
 - a) Pendistribusian sumber –sumber kekayaan
 - b) Pendistribusian pemasukan diantara unsure – unsure produksi
 - c) Pendistribusian diantara kelompok masyarakat yang ada, dan keadilan dalam pendistribusian diantara generasi yang sekarang dan generasi yang akan datang.

Keempat : Tujuan Ekonomi

Distribusi dalam ekonomi islam mempunyai tujuan – tujuan ekonomi yang penting, dimana yang terpenting diantaranya dapat kami sebutkan seperti berikut ini :

1. Pengembangan harta dan pembersihannya, karena pemilik harta ketika menginfakkan sebagian hartanya kepada orang lain, baik infak wajib maupun sunnah, maka demikian itu akan mendorongnya untuk menginvestasikan hartanya sehingga tidak akan habis karena zakat.
2. Memberdayakan sumber daya manusia yang menganggur dengan terpenuhi kebutuhannya tentang harta atau persiapan yang lazim untuk melaksanakannya dengan melakukan kegiatan ekonomi. Pada sisi lain, bahwa system distribusi dalam ekonomi islam dapat menghilangkan faktor – faktor yang menghambat seseorang dari andil dalam kegiatan ekonomi ; seperti utang yang membebani pundak orang – orang yang berhutang atau hamba sahaya yang terikat untuk merdeka. Karena itu Allah menjadikan dalam zakat bagian bagi orang-orang yang berhutang dan bagian bagi hamba sahaya.
3. Andil dalam merealisasikan kesejahteraan ekonomi, di mana tingkat kesejahteraan ekonomi berkaitan dengan tingkat konsumsi. Sedangkan tingkat konsumsi tidak hanya berkaitan dengan bentuk pemasukan saja, namun juga berkaitan dengan cara pendistribusiannya di antara individu masyarakat. Karena itu kajian

tentang cara distribusi yang dapat merealisasikan tingkat kesejahteraan ekonomi terbaik bagi umat adalah suatu keharusan dan keniscayaan.

Dapat kita lihat pada QS Al-Baqarah : 265



“Dan perumpamaan orang-orang yang membelanjakan hartanya Karena mencari keridhaan Allah dan untuk keteguhan jiwa mereka, seperti sebuah kebun yang terletak di dataran Tinggi yang disiram oleh hujan lebat, Maka kebun itu menghasilkan buahnya dua kali lipat. jika hujan lebat tidak menyiraminya, Maka hujan gerimis (pun memadai). dan Allah Maha melihat apa yang kamu perbuat.”

Yang artinya dapat dimaknakan bahwasanya orang – orang yang membelanjakan hartanya karena keridhoaan Allah dan untuk keteguhan jiwa mereka kepada iman dan ibadah – ibadah yang lain, sebagai bentuk pelatihan kepadanya, sehingga setiap manusia terus tetap bertakwa kepada Allah SWT.

II.6 Pengertian Industri Kecil

Menurut **Griffin (2004:286)** industri kecil yaitu suatu bisnis yang di miliki secara pribadi oleh seorang individu atau suatu kelompok kecil individu dan memiliki penjualan dan aktiva yang tidak besar untuk mempengaruhi lingkungannya.

Menurut **M. Kwartono Adi (2007:12)**. Berdasarkan surat edaran bank Indonesia No.3/9/BKR, tanggal 7 mei 2001 usaha kecil adalah kegiatan yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp.200.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau yang memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak 1.000.000.000 dan milik warga negara.

Menurut **M. Kwartono Adi (2007:14)** usaha kecil menurut surat edaran No.11/KEP/MENKO/KESRA/April perihal kredit usaha kecil (KUK) adalah kredit yang diberikan kepada nasabah usaha kecil yang memiliki kekayaan bersih maksimal Rp 200.000.000 di luar tanah dan bangunan tempat usaha yang memiliki hasil penjualan maksimal Rp.1.000.000.000 pertahun dengan plafon kredit maksimal sebesar Rp.500.000.000.

II.7 Penelitian Terdahulu

Penelitian tentang distribusi telah dilakukan sebelumnya yaitu oleh Muawanah (2011) dengan judul penelitian “Pengaruh saluran distribusi dan bauran promosi terhadap peningkatan volume penjualan kripik buah di Kota Batu”. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dengan menggunakan pendekatan *eksplanatory* (penelitian penjelasan) yang menggunakan kuesioner sebagai alat

pengumpul data yang disebarakan kepada 8 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh antara saluran distribusi dan bauran promosi secara simultan dengan volume penjualan kripik buah di kota Batu dengan nilai R^2 sebesar 0,907, dan nilai F hitung $24,325 > F$ tabel 13.27. Secara parsial variabel saluran distribusi berpengaruh terhadap peningkatan volume penjualan dengan nilai T hitung $X_1=6,808 > T$ tabel 2.3646. Sedangkan secara parsial variabel bauran promosi berpengaruh terhadap peningkatan volume penjualan dengan nilai T hitung $X_2 = , 3,667 > T$ tabel 2.3646. Dari hasil penelitian, dapat diambil kesimpulan bahwa Saluran distribusi dan bauran promosi mempunyai peranan yang sangat penting apabila produk dan harga telah ditetapkan secara tepat oleh perusahaan. Selain itu, Bila perusahaan menentukan bauran promosi dengan tepat, maka konsumen akan lebih mengenal serta mendapat informasi yang benar tentang produk yang ditawarkan. Home industry di kota Batu mayoritas menggunakan pemasaran dari mulut ke mulut karena adanya kendala biaya.

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Aziz (2010) dengan penelitian “Efektifitas Penerapan Saluran Distribusi Harian Pagi Malang Post di Malang Raya”. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif sedangkan jenis penelitiannya menggunakan penelitian kualitatif. Dari analisis deskriptif berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan di perusahaan, perusahaan Harian Pagi Malang Post dalam mendistribusikan produknya kurang begitu efektif karena kurangnya transportasi dalam pendistribusian, sedangkan dalam pendistribusiannya Harian Pagi Malang Post menggunakan beberapa tingkatan saluran distribusi, diantaranya adalah saluran distribusi langsung yaitu produsen

langsung ke-konsumen. Disamping itu ada kerugian dengan sistem penjualan langsung ini yaitu produk yang dijual atau dipasarkan tidak dapat meluas pasarnya karena konsumen sebagian besar hanya berasal dari masyarakat sekitar. Dan saluran distribusi tidak langsung yaitu produsen, agen, retailer, dan konsumen. Hal ini dilakukan untuk mempermudah pendistribusian, mengefisienkan biaya distribusi, dan kesiapan armada distribusi. Dengan dilakukannya sistem tersebut maka diharapkan proses distribusi dapat berjalan dengan maksimal.

Penelitian distribusi juga dilakukan oleh Fatich (2008) dengan judul penelitian “Pelaksanaan Saluran Distribusi Yang Efektif Dalam Upaya Peningkatan Volume Penjualan pada Perusahaan Kripik Tempe Abadi di Malang”. Metode penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif. Adapun langkah langkah analisis data dalam penelitian ini yaitu analisis deskriptif dan deviasi. Dari analisis deskriptif berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan di perusahaan, distribusi yang di pakai oleh perusahaan kripik tempe “Abadi” Malang menggunakan distribusi langsung dari produsen ke konsumen dan dari produsen ke pengecer ke konsumen. Sedangkan dari hasil penjualan dengan meningkatnya prosentase diikuti menurunnya volume penjualan mengakibatkan terjadinya penumpukan barang, sehingga untuk meramalkan penjualan ditahun berikutnya akan mengalami kesulitan.

Penelitian ini berbeda dari penelitian terdahulu dalam hal objek, dan tempat dilaksanakan penelitian. Di mana objek dalam penelitian ini adalah industri kecil rendang telur Erika serta lokasi penelitian berada di Kota

Payakumbuh Sumatera Barat. Dari penelitian ini nantinya peneliti ingin melihat bagaimanakah analisis distribusi keripik rendang telur pada industri kecil Erika di Kota Payakumbuh Sumatera Barat.

II.8 Hipotesis

Berdasarkan perumusan masalah yang telah dikemukakan di atas maka hipotesis yang akan diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

“Diduga bahwa analisis distribusi pada industri kecil keripik rendang telur Erika dipengaruhi oleh faktor pelayanan, standar waktu pengantar produk, pengangkutan atau transportasi, geografis / kondisi jalan, jadwal pengiriman.”

II.9 Variabel Penelitian

1. Konsep Operasional

Kerangka konseptual (Sigit, 2003 : 16) merupakan rumusan mengenai kasus atau variabel yang akan dicari untuk dapat ditemukan dalam penelitian di dunia nyata, di dunia empiri atau di lapangan yang dapat dialami.

Berdasarkan rumusan masalah dan hipotesis di atas, maka dapat disusun kerangka konseptual sebagai berikut :

- 1) Manajemen pemasaran merupakan proses perencanaan dan pelaksanaan rancangan, penetapan harga, promosi dan distribusi barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang memenuhi sasaran-sasaran industri kecil Erika di Kota Payakumbuh Sumatera Barat.

- 2) Pengangkutan (transportasi) merupakan fungsi pemindahan produk rendang telur dari pabrik Erika ke outlet yang mendistribusikan produk.
- 3) Pelayanan distribusi merupakan pelayanan yang diberikan oleh petugas distribusi maupun pihak Erika dalam proses distribusi yang dilakukan.
- 4) Standar waktu merupakan kecepatan waktu produk rendang telur Erika sampai di outlet-outlet.
- 5) Geografis / kondisi jalan merupakan keadaan lingkungan yang dilalui oleh transportasi pendistribusian Erika dari pabrik ke outlet-outlet.
- 6) Jadwal penyaluran adalah waktu pendistribusian rendang telur Erika yang sudah ditentukan oleh perusahaan.
- 7) Distribusi merupakan proses mengembangkan dan memperlancar arus barang dan jasa mulai dari perusahaan Erika sampai ke outlet sesuai dengan jumlah, waktu, dan kerja yang layak.

Berdasarkan permasalahan dan tujuan penelitian, maka dapat ditentukan variabel dalam penelitian ini sebagai berikut :

- a. Variabel independen (X), yaitu *brand trust* yang terdiri dari :
 1. Pengangkutan (transportasi) (X1)
 2. Pelayanan distribusi (X2)
 3. Standar waktu (X3)
 4. Geografis / kondisi jalan (X4)
 5. Jadwal penyaluran (X5)
- b. Variabel dependen (Y) yaitu distribusi.

Berdasarkan landasan teoritis yang telah ada, penulis merasa perlu untuk menyusun defenisi dan konsep operasional variabel yang terdiri dari deskripsi variabel, indikator, dan skala yang akan digunakan dalam penelitian ini. Konsep ini dibuat sebagai landasan untuk menyusun instrumen penelitian yang berupa kuesioner yang akan digunakan peneliti.

Adapun defenisi dan konsep operasional variabel dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel II.1: Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel	Indikator
Pengangkutan (X1)	a. Jumlah armada b. Kapasitas armada c. Kondisi armada
Pelayanan Distribusi (X2)	a. Potongan harga b. Jaminan produk c. Pelayanan keluhan
Standar Waktu (X3)	a. Penyaluran produk b. Produk sesuai pesanan c. Kondisi alam
Geografis / Kondisi Jalan (X4)	a. Kondisi jalan b. Posisi jalan c. Pelayanan jalan
Jadwal penyaluran (X5)	a. Kesepakatan dengan pelanggan b. Penyaluran sesuai jadwal c. Perubahan jadwal disepakati dengan pelanggan
Distribusi (Y)	a. Pengangkutan b. Pelayanan distribusi c. Standar waktu d. Geografis/kondisi jalan e. Jadwal penyaluran

Sumber : Data Olahan Peneliti, 2012

2. Teknik Pengukuran

Variabel penelitian ini di ukur dengan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Skor jawaban responden dalam penelitian terdiri dari 5 (lima) alternatif jawaban yang mengandung variasi nilai yang bertingkat.

Langkah-langkah pengukuran skala likert pada variabel X (pengangkutan, pelayanan distribusi, standar waktu, jadwal penyaluran, dan kondisi geografis) :

1. Masing-masing variabel terdiri dari 3 indikator
2. Tiap-tiap indikator terdiri dari 3 item pertanyaan.
3. Setiap pertanyaan memiliki skor jawaban (skala likert) yaitu :

- a. Sangat Baik : 5
- b. Baik : 4
- c. Cukup Baik : 3
- d. Kurang Baik : 2
- e. Tidak Baik : 1

4. Penilaian masing-masing variabel, untuk rentang interval yaitu :

$$\text{Skor Tertinggi} = 3 \times 5 \times 92 = 1380$$

$$\text{Skor Terendah} = 3 \times 1 \times 92 = 276$$

$$\text{Interval} = \frac{\text{skor tertinggi} - \text{skor terendah}}{\text{jumlah kelas}}$$

$$\text{Interval} = \frac{1380 - 276}{5}$$

$$\text{Interval} = 221$$

Maka interval skor penelitian untuk masing-masing variabel penelitian X yaitu :

Interval Skor	Kategori Responden
1160 – 1381	Sangat Baik
939 – 1159	Baik
718 – 938	Cukup Baik
497 – 717	Kurang Baik
276 – 496	Tidak Baik

5. Penilaian untuk masing-masing indikator penilaian yaitu :

$$\text{Skor Tertinggi} = 1 \times 5 \times 92 = 460$$

$$\text{Skor Terendah} = 1 \times 1 \times 92 = 92$$

$$\text{Interval} = \frac{\text{skor tertinggi} - \text{skor terendah}}{\text{jumlah kelas}}$$

$$\text{Interval} = \frac{460 - 92}{5}$$

$$\text{Interval} = 74$$

Maka interval skor penelitian untuk masing-masing indikator yaitu :

Interval Skor	Kategori Responden
388 – 462	Sangat Baik
314 – 387	Baik
240 – 313	Cukup Baik
166 – 239	Kurang Baik
92 - 165	Tidak Baik

Langkah-langkah pengukuran skala likert pada variabel Y (distribusi) yaitu :

1. Variabel Y memiliki 5 indikator
2. Tiap-tiap indikator terdiri dari 1 pertanyaan
3. Setiap pertanyaan memiliki skor jawaban (skala likert) yaitu :
 - a. Sangat Baik : 5
 - b. Baik : 4
 - c. Cukup Baik : 3
 - d. Kurang Baik : 2
 - e. Tidak Baik : 1
4. Penilaian untuk variabel Y yaitu :

$$\text{Skor Tertinggi} = 5 \times 5 \times 92 = 2300$$

$$\text{Skor Terendah} = 5 \times 1 \times 92 = 460$$

$$Interval = \frac{skor\ tertinggi - skor\ terendah}{jumlah\ kelas}$$

$$Interval = \frac{2300 - 460}{5}$$

$$Interval = 368$$

Maka interval skor penelitian untuk variabel Y yaitu :

Interval Skor	Kategori Responden
1932 – 2300	Sangat Baik
1564 – 1931	Baik
1196 – 1563	Cukup Baik
828 – 1195	Kurang Baik
460 – 827	Tidak Baik

5. Penilaian untuk masing-masing indikator penilaian yaitu :

$$\text{Skor Tertinggi} = 1 \times 5 \times 92 = 460$$

$$\text{Skor Terendah} = 1 \times 1 \times 92 = 92$$

$$Interval = \frac{skor\ tertinggi - skor\ terendah}{jumlah\ kelas}$$

$$Interval = \frac{460 - 92}{5}$$

$$Interval = 74$$

Maka interval skor penelitian untuk masing-masing indikator yaitu :

Interval Skor	Kategori Responden
388 – 462	Sangat Baik
314 – 387	Baik
240 – 313	Cukup Baik
166 – 239	Kurang Baik
92 – 165	Tidak Baik

BAB III

METODE PENELITIAN

III.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kelurahan Sungai Durian No.43 Kota Payakumbuh. Penulis memilih menetapkan industri kecil rendang telur Erika sebagai tempat penelitian dengan alasan bahwa industri rendang telur Erika merupakan industri rendang telur yang telah lama berdiri sejak tahun 1997 yang mempunyai pelanggan yang sudah cukup banyak, dengan semakin berkembangnya industri dan banyaknya industri yang bergerak di bidang yang sama, maka semakin mempertinggi persaingan bisnis dalam rangka penguasaan pasar, sehingga akan menambah ruang terjadinya fluktuasi penjualan terhadap industri rendang telur Erika di Kota Payakumbuh ini.

III.2 Jenis dan Sumber Data

- a. Data primer adalah jenis data yang diperoleh dan digali dari sumber utama baik berupa data kualitatif maupun kuantitatif. Data yang diperoleh langsung dari responden berdasarkan penelitian tersebut. Yang menjadi nara sumber dalam penelitian ini adalah pimpinan industri kecil dan responden. Data-data yang diperoleh antara lain : data penjualan, sistem distribusi, cara pembuatan rendang telur, tanggal berdiri industri, jenis-jenis produk yang dihasilkan, data tentang surat izin melakukan usaha, labelisasi halal, pelatihan-

pelatihan yang telah diikuti, dan hambatan-hambatan yang dihadapi industri kecil.

- b. Data sekunder adalah data yang di kumpulkan untuk mendukung tujuan penelitian ini, yang diperoleh langsung atau tidak langsung dari pimpinan industri yang ada di lokasi penelitian yang berupa sejarah singkat tentang industri kecil rendang telur Erika, struktur organisasi industri kecil, kegiatan industri kecil, dan jumlah sarana transportasi.

III.3 Metode Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data dan mengumpulkan data yang di perlukan dalam penelitian ini maka teknik yang di gunakan adalah:

- a. Wawancara

Teknik pengumpulan data yang di lakukan dengan tanya jawab secara langsung dengan pihak-pihak yang ada hubungan dengan penelitian ini. Peneliti mengadakan tanya jawab (wawancara berstruktur) kepada pimpinan industri kecil untuk mendapatkan informasi yang ada hubungannya dengan penelitian ini. Antara lain tentang kendala-kendala yang dihadapi serta upaya-upaya yang dilakukan oleh industri kecil, mengenai proses distribusi yang dilakukannya. Selain itu, wawancara juga dilakukan kepada karyawan bagian distribusi tentang hal-hal yang berhubungan dengan proses distribusi, dan selanjutnya wawancara dengan karyawan bagian produksi tentang proses produksi dan bahan serta teknik yang dilakukan.

b. Kuesioner.

Teknik pengumpulan data dengan menggunakan daftar pertanyaan yang sudah memiliki kategori jawaban kepada responden sehubungan dengan masalah yang diteliti setelah itu diserahkan kembali kepada peneliti.

III.4 Populasi dan Sampel

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek dan subjek yang memiliki karakteristik tertentu dan mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi anggota sampel (**Umar, 2000 : 7**).

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan industri kecil Erika yang berupa outlet yang berada di 9 wilayah distribusi Erika. Berdasarkan data yang diperoleh peneliti dari industri kecil Erika, outlet yang menjadi pelanggan sebanyak 92 outlet. Karena populasi yang tidak terlalu banyak, maka peneliti memutuskan menggunakan seluruh populasi untuk dijadikan sampel dengan metode penelitian sensus (**Sugiono, 2004 : 62**).

III.5 Uji Kualitas Data

1. Uji Validitas

Suatu angket dikatakan valid (sah) jika pertanyaan pada suatu angket mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh angket tersebut (**Santoso, 2002 : 270**).

Validitas alat ukur sama pentingnya dengan reliabilitas alat ukur itu sendiri. Ini artinya bahwa alat ukur haruslah memiliki akurasi yang baik terutama

apabila alat ukur tersebut digunakan sebagai validitas akan meningkatkan bobot kebenaran data yang diinginkan peneliti. Untuk mencapai tingkat validitas instrumen penelitian, maka alat ukur yang dipakai dalam instrumen juga harus memiliki tingkat validitas yang baik.

Biasanya terlebih dahulu instrumen penelitian diuji cobakan pada sebagian responden sebelum digunakan kepada responden sebenarnya. Apabila dalam uji coba ditemukan kejanggalan-kejanggalan, maka diadakan revisi terhadap instrumen tersebut. Setelah proses ini selesai, barulah instrumen penelitian diperbolehkan digunakan pada penelitian sesungguhnya.

Adapun kriteria pengujian untuk uji validitas data adalah apabila *corrected item – Total Correlation* dengan nilai r_{hitung} lebih besar dari nilai r_{tabel} , maka item pertanyaan tersebut valid (**Riduwan dan Sunarto, 2007 : 353**). Untuk penelitian ini, nilai r_{tabel} sebesar 0,205 dengan taraf signifikansi () 0,05 dan n sebesar 92, di mana n = jumlah sampel.

2. Uji Reliabilitas

Suatu angket dikatakan *reliable* (andal) jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dai waktu ke waktu (**Santoso, 2002 : 270**).

Uji reliabilitas atau kehandalan suatu instrumen penelitian (kuesioner) ini perlu dilakukan pengujian di awal suatu analisis sebelum dilakukan pengujian selanjutnya. Tujuannya adalah untuk menunjukkan konsistensi dari jawaban-jawaban responden terhadap kuesioner yang diajukan, karena apabila dari uji reliabilitas ini menunjukkan tingkat konsistensi rendah maka kemungkinannya adalah pertanyaan yang diajukan dalam kuesioner tidak dipahami atau dimengerti

oleh responden sehingga bila diajukan pada waktu yang berbeda, jawabannya pun akan berbeda.

Uji reliabilitas dilakukan dengan uji *cronbach alpha*. Penentuan reliabel atau tidaknya suatu instrumen penelitian dapat dilihat dari nilai alpha dan r tabelnya. Apabila nilai *cronbach alpha* $> r_{\text{tabel}}$ maka instrumen penelitian tersebut dikatakan reliabel, artinya alat ukur yang digunakan adalah benar. Selain itu variabel yang akan di uji dapat dikatakan reliabel jika *cronbach alpha* nya memiliki nilai lebih besar dari 0,60 (**Riduwan dan Sunarto, 2007 : 353**).

III.6 Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Tujuan uji normalitas adalah untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel dependen, variabel independen, atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki distribusi data normal atau mendekati normal (**Santoso, 2002 : 212**). Dasar pengambilan keputusan untuk uji ini adalah jika data menyebar di sekitar garis diagonal (*scatterplot*) dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Multikolinieritas

Identifikasi keberadaan multikolinieritas ini didasarkan pada matriks korelasi variabel – variabel independen yang ditunjukkan oleh *coefficient correlations*. Apabila antar variabel independen ada korelasi yang tinggi (umumnya diatas 0.90 atau 0,95) maka hal ini merupakan identifikasi adanya multikolinieritas. Selanjutnya, identifikasi multikolinieritas dapat

dilihat dari nilai *tolerance* dan nilai *Variance Inflation Factor (VIF)*. Nilai *cut of* yang lazim digunakan untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai *tolerance* $< 0,10$ dan nilai *VIF* > 10 .

c. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian asumsi ini dilakukan dengan menggunakan grafik *scatterplot* antara *Z prediction (ZPRED)* yang merupakan variabel bebas (sumbu $X=Y$ hasil prediksi) dan nilai residualnya (*SRESID*) yang merupakan variabel terikat (sumbu $Y=Y$ prediksi – Y riil). Persamaan regresi yang baik jika tidak terjadi heteroskedastisitas, namun terjadi homoskedastisitas dimana pada *scatterplot* titik – titik hasil pengolahan antara *ZPRED* dan *SRESID* menyebar dibawah maupun diatas titik origin (angka 0) pada sumbu Y dan tidak mempunyai pola yang teratur.

III. 7 Analisis Data

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda berfungsi untuk menganalisis hubungan dan pengaruh antara satu variabel terikat terhadap dua atau lebih variabel bebas. Untuk mengetahui pengaruh pengangkutan (X_1), pelayanan distribusi (X_2), standar waktu (X_3), jadwal penyaluran (X_4), dan kondisi geografis (X_5) terhadap distribusi (Y), maka dilakukan dengan analisis regresi linier berganda antara variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat dengan model sebagai berikut (Sugiyono, 2008 : 275) :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

Di mana :

Y = variabel terikat yaitu distribusi

a = konstanta dari persamaan regresi berganda

b1, X1 = koefisien regresi pengangkutan, variabel pengangkutan

b2, X2 = koefisien regresi pelayanan distribusi, variabel distribusi

b3, X3 = koefisien regresi standar waktu, variabel standar waktu

b4, X4 = koefisien regresi jadwal penyaluran, variabel jadwal penyaluran

b5, X5 = koefisien regresi kondisi geografis, variabel kondisi geografis

e = standar error

b. Koefisien Korelasi (R)

Koefisien korelasi digunakan untuk mengukur keeratan hubungan antara variabel terikat (Y) dan variabel bebas (X). Semakin besar nilai koefisien korelasi, menunjukkan semakin eratnya hubungan antar variabel, dan sebaliknya.

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Karena dalam penelitian ini terdiri dari beberapa variabel, maka digunakan koefisien determinasi untuk mengukur besar sumbangan dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Semakin besar koefisien determinasi terkoreksi atau model regresi maka model yang didapatkan akan semakin baik. Berikut adalah pedoman untuk mengetahui kekuatan dari hubungan variabel bebas dan variabel terikat :

Tabel III.1: Pedoman Tingkat Korelasi

Interval Korelasi	Tingkat Hubungan
0 – 0,25	korelasi sangat lemah (dianggap tidak ada)
> 0,25 – 0,5	korelasi cukup
> 0,5 – 0,75	korelasi kuat
> 0,75 – 1	korelasi sangat kuat

Sumber : Riduwan dan Sunarto (2007 : 81)

III. 8 Pengujian Hipotesis Koefisien Regresi

Pengujian hipotesis koefisien regresi bertujuan untuk memastikan apakah variabel bebas yang terdapat dalam persamaan regresi secara parsial dan simultan berpengaruh terhadap variabel terikat.

1) Uji Signifikansi Serentak (Uji-F)

Uji-F digunakan untuk menguji dua atau lebih variabel yang dihasilkan dari persamaan regresi tersebut secara bersama-sama (simultan) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat, maka dapat dilakukan dengan uji statistik F dengan ketentuan :

- a. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka terdapat pengaruh yang kuat antara variabel bebas dengan variabel terikat
- b. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka terdapat pengaruh yang lemah antara variabel bebas dengan variabel terikat.

2) Uji Signifikasi Individu (Uji-t)

Uji-t digunakan untuk menguji secara parsial atau individual pengaruh dari masing-masing variabel bebas yang dihasilkan dari persamaan regresi secara

individu dan secara bersama-sama berpengaruh terhadap nilai variabel terikat, maka dapat dilakukan dengan uji statistik t, dengan ketentuan :

- a. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka terdapat pengaruh yang kuat antara variabel bebas dengan variabel terikat.
- b. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka terdapat pengaruh yang lemah antara variabel bebas dengan variabel terikat.

BAB IV

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

IV. 1 Sejarah Singkat Perusahaan

Industri kecil rendang telur Erika yang berlokasi di Jalan Tan Malaka Km. 4 Lampasi, Lampasi Tiga Nagari, Kota Payakumbuh Provinsi Sumatera Barat, merupakan industri kecil yang bergerak di bidang usaha makanan yaitu produksi produk makanan keripik rendang telur. Selain memproduksi rendang telur, industri kecil Erika juga memproduksi rendang suir, rendang ubi, rendang belut, dan dan rendang paru sebagai usaha sampingan.

Usaha ini diawali pada keinginan Ibu Farida Eriani untuk membantu suaminya meringankan beban keluarga. Pengetahuan membuat rendang telur ini diperoleh ketika beliau mengunjungi keluarganya yang beralamat tidak jauh dari kota tempat tempat dia tinggal mengingat bahwa bahan baku pun cukup tersedia dan proses pembuatannya cukup sederhana. Usaha ini dimulainya pada tahun 1997 dengan nama Erika dan pada tahun 1998 industri kecil Erika sudah mendapat Surat Izin Tempat Usaha (SITU) dari Departemen Perdagangan Kota Payakumbuh.

Usaha yang dimiliki Ibu Farida ini telah terdaftar di Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Payakumbuh sejak tahun 2003, serta memperoleh surat izin dari Dinas Kesehatan dengan nomor surat P-IRT No.2.01.1376.02.054 yang dikeluarkan tanggal 25 Agustus 2004, dan juga telah dinyatakan halal dari MUI dengan nomor surat LP.POM – MUI 13010001570909. Dalam mengembangkan usahanya, industri kecil Erika juga telah mengikuti pelatihan-pelatihan, antara lain

pelatihan Peningkatan Jiwa Kewirausahaan yang diselenggarakan di Payakumbuh tanggal 15 Juni 2007 dengan nomor Sertifikat 540/PerindangNaker/Juni/2007 dan juga Pelatihan *Achievement Motivation Training* (AMT) yang diselenggarakan di Payakumbuh tanggal 24-29 November 2008 dengan sertifikat No.530/19/PPN/IND/XI/2008.

Adapun tujuan dari pendirian industri kecil Erika Kota Payakumbuh ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk memperoleh keuntungan bagi pemilik, dan perolehan keuntungan tersebut maka dapat mempertahankan kelangsungan hidup toko.
2. Untuk memberikan lapangan kerja bagi masyarakat sekitar toko yang mempunyai minat dan prestasi baik, yang sesuai kegiatan toko.
3. Untuk mengembangkan produk makanan rendang telur yang merupakan makanan khas dari daerah Sumatera Barat.

Ketika pertama kali didirikan, area pemasaran industri kecil Erika masih di sekitar Kota Payakumbuh dan masih dalam skala kecil, dan baru pada sekitar tahun 2000 industri kecil Erika sudah mulai meningkat dan maju area pemasarannya yang mana sudah mencapai ke luar daerah Kota Payakumbuh.

Berdasarkan perkembangan industri kecil Erika tersebut menyerap tenaga kerja sebanyak 6 orang, yang diterima dengan kriteria kerja tersebut berpengalaman dalam pembuatan aneka masakan olahan rendang.

IV. 2 Struktur Organisasi

Organisasi adalah setiap bentuk persekutuan atau kerja untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan, dimana terdapat hubungan antara seseorang dengan orang lain atau hubungan seseorang dengan kelompok secara formal atau informal dalam organisasi. Setiap organisasi memiliki pola dan struktur organisasi yang relatif permanen. Bentuk- bentuk organisasi itu adalah:

1. Organisasi garis atau lini
2. Organisasi garis dan staf
3. Organisasi fungsional
4. Organisasi panitia.

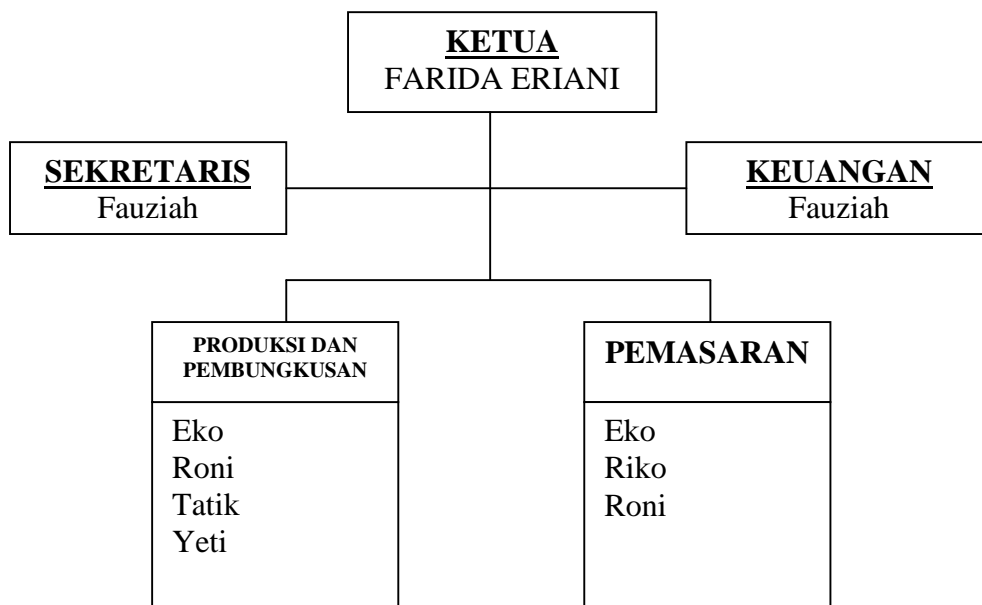
Industri kecil Rendang Telur Erika ini bentuk organisasinya termasuk organisasi garis lini. Organisasi garis atau lini adalah tipe organisasi yang sangat sederhana. Tipe ini hanya menggunakan satu komando atau satu pimpinan yang bertanggung jawab hanya kepada satu atasan. Sedangkan kebaikan organisasi ini adalah:

1. Proses pengambilan keputusan dapat berjalan dengan lancar, karena orang yang akan di ajak berkomunikasi masih sedikit.
2. Rasa solidaritas dikalangan para anggota organisasi pada umumnya tinggi.
3. Disiplin kerja biasanya tinggi.
4. Kerjasama biasanya mudah dipupuk.

Sebagaimana satu prinsip bahwa organisasi merupakan salah satu fungsi manajemen adalah pengorganisasian. Organisasi ini nantinya merupakan suatu

wadah yang dapat di gerakkan dalam rangka usaha pencapaian tujuan yang telah di tentukan sebelumnya, menurut rencana yang telah ditetapkan sesuai dengan tugas dan fungsi serta dituangkan dalam suatu susunan organisasi yang sesuai dengan kebutuhan. Dengan demikian, sukses tidaknya administrasi dan fungsi manajemen dapat dilihat dari hasil yang dicapai.

STRUKTUR ORGANISASI KEPENGURUSAN INDUSTRI KECIL ERIKA KOTA PAYAKUMBUH



Gambar IV.1 : Struktur Kepengurusan Industri Kecil Erika Tahun 2011

IV.3 Pembagian Tugas pada Industri Kecil Erika di Kota Payakumbuh

1. Pimpinan

Pimpinan dari industri kecil Erika bertanggung jawab atas kelangsungan usaha industri kecil, membimbing atau menjelaskan tugas-tugas tenaga kerjanya dan menentukan setiap kebijakan yang akan diambil serta oleh industri kecil dalam menghadapi segala situasi yang dialami serta

kegiatan-kegiatan yang dilakukan tenaga kerjanya sehingga tidak menyimpang dari yang telah digariskan.

2. Bagian Administrasi

Bagian ini mempunyai tugas mengkoordinasikan dan mengendalikan kegiatan di bidang pembelian, tenaga kerja dan bagian penjualan.

3. Bagian Produksi

Bagian ini mempunyai tugas mengolah dan memasak produk olahan rendang serta membeli bahan baku untuk membuat rendang. Untuk bahan baku pembuatan rendang, industri kecil Erika membeli dari toko-toko di sekitar kota Payakumbuh.

4. Bagian Pembungkus dan Pergudangan

Bagian ini mempunyai tugas membungkus produk olahan rendang dan memasukkan produk olahan rendang ke dalam kotak sebelum produk rendang dipasarkan.

5. Bagian Pemasaran

Bagian ini mempunyai tugas menyalurkan produk rendang ke distributor dan outlet-outlet. Bagian pemasaran tidak bertanggung jawab pada pembelian bahan baku produk.

6. Bagian Kebersihan

Bagian ini mempunyai tugas membersihkan area tempat produksi.

Dalam hal tenaga kerja pada industri kecil rendang telur Erika di Kota Payakumbuh yang menjadi persoalan adalah bagaimana menyusun faktor produksi manusia sedemikian rupa sehingga merupakan satu kesatuan yang penuh

kekompakan dengan tujuan untuk mengerjakan suatu pekerjaan yang telah direncanakan terlebih dahulu oleh pemimpin.

Kemudian di dalam menciptakan rasa yang enak dan kemasan yang menarik diperlukan daya pikir dan kreasi dan jiwa seni dalam menciptakan rendang yang enak dan menarik, sehingga terciptalah suatu produk yang berkualitas baik. Oleh karena itu pada industri kecil Erika Kota Payakumbuh dalam penempatan tenaga kerjanya, selalu memperhatikan tentang keahlian dan pengalaman dari tenaga kerja yang diterima sehingga produk yang dihasilkan sesuai dengan selera konsumen, sehingga mengakibatkan meningkatnya volume penjualan rendang industri kecil Erika di Kota Payakumbuh.

Secara keseluruhan distribusi tenaga kerja menurut tingkat pendidikannya dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel IV.1 : Komposisi Tenaga Kerja Menurut Tingkat Pendidikan pada Industri Kecil Erika Kota Payakumbuh

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Sekolah Menengah Pertama (SMP)	2	33
2	Sekolah Menengah Atas (SMA)	4	67
Jumlah		6	100

Sumber : Industri Kecil Erika Kota Payakumbuh

Jadi dapat diambil kesimpulan bahwa pimpinan industri kecil Erika sangat memperhatikan pendidikan tenaga kerjanya. Karena tingginya mutu pendidikan yang diterima akan lebih memberikan kontribusi besar dalam pengembangan sumber daya manusia dan kualitas kerja yang baik.

IV.4 Aktivitas Toko

Seperti yang telah diuraikan di atas, yaitu bahwa fungsi industri kecil Erika adalah memproduksi dan menjual produk yang dihasilkan. Industri kecil Erika memproduksi beberapa produk hasil olahan rendang telur, yaitu :

1. Rendang telur
2. Rendang suir
3. Rendang ubi
4. Rendang belut
5. Rendang paru.

Adapun bahan baku yang digunakan disesuaikan dengan produk olahan rendang yang dihasilkan seperti : telur yang diolah bersama tepung dan bumbu-bumbu masakan berupa bawang merah, bawang putih, kunyit, garam, ketumbar, daun kunyit, serai, daun jeruk, dan bumbu masak pelengkap lainnya.

Di dalam proses produksi atau di dalam melakukan kegiatan usahanya, perusahaan Erika masih banyak mengalami kendala. Kendala tersebut adalah sebagai berikut :

1. Kurangnya sarana transportasi untuk memasarkan dan membeli bahan baku
2. Harga bahan baku yang mahal
3. Kurangnya tenaga kerja atau karyawan yang menyebabkan terganggunya aktivitas pendistribusian
4. Kurangnya modal.

Dalam uraian yang telah dikemukakan oleh penulis di atas, maka dapat kita ambil kesimpulan bahwa aktivitas yang dilakukan oleh industri kecil Erika Kota Payakumbuh adalah memproduksi dan menjual produk-produk olahan rendang yang terbuat dari bahan baku tepung dan telur serta ditambah dengan bahan lainnya yaitu bumbu-bumbu masakan, serta kesulitan yang dihadapi adalah harga bahan baku yang mahal, kurangnya sarana transportasi untuk memasarkan dan membeli bahan baku, kurangnya tenaga kerja sehingga mengakibatkan terganggunya proses distribusi serta kurangnya modal yang menyebabkan industri kecil Erika sulit untuk mengembangkan usahanya.

Secara garis besar kegiatan dari industri pada umumnya menyangkut masalah produksi dan pemasaran dalam memproduksi suatu barang atau jasa. Manajemen berperan dalam mengkombinasikan faktor-faktor produksi sedemikian rupa, sehingga dapat diproduksikannya produk yang memiliki kualitas dan efisien dalam penggunaan waktu tertentu. Langkah selanjutnya apabila suatu industri telah memproduksi atau menghasilkan suatu produk adalah bagaimana produk tersebut dapat dijual untuk mengembalikan biaya dan tenaga yang telah dikorbankan dalam menghasilkannya serta keuntungan yang diharapkan dari penjualan dengan maksud untuk menjamin kelangsungan hidup industri.

Dalam menjalankan aktivitasnya Industri Kecil Erika ini didukung oleh adanya 6 orang karyawan. Faktor produksi selain tenaga kerja dan peralatan dan bahan. Bahan-bahan yang digunakan dalam proses produksi rendang telur ini digolongkan atas dua bagian yaitu bahan baku dan bahan penunjang yang mendukung dalam proses pengolahan rendang telur.

Untuk menjaga keberhasilan Erika perlu kiranya untuk memperhatikan persediaan bahan baku, dan kualitasnya. Bahan baku yang digunakan untuk pembuatan rendang telur adalah telur dan tepung yang berkualitas bagus.

Bahan penunjang adalah bahan yang mutlak digunakan untuk kelancaran produksi. Bahan penunjang yang digunakan adalah santan, bawang merah, bawang putih, cabe, bumbu-bumbu masak, kaldu, serai, daun jeruk, garam, plastik kemasan, kayu bakar, dan minyak tanah. Proses produksi dilakukan terus menerus, namun juga ditemui masa-masa tidak memproduksi misal pada saat kelangkaan bahan penunjang seperti kelapa terkadang yang harganya sangat mahal dan stok masih banyak, akan tetapi itu tidak berlangsung lama. Kegiatan lebih intensif dilakukan pada saat menjelang Lebaran dan Natal karena pada hari besar tersebut terdapat banyak pesanan.

Tenaga kerja merupakan faktor produksi yang dapat meningkatkan faktor produksi dan pendapatan usaha industri kecil rendang telur disamping faktor produksi lainnya. Sistem kerja yang digunakan satuan hari orang kerja (HOK) di hitung setiap pekerja bekerja rata-rata 7 jam sehari. Jam kerja dimulai dari pukul 08.00-12.00 WIB. Dan dilanjutkan kembali 14.00 – 17.00 WIB. Industri kecil ini mengeluarkan biaya tenaga kerja 180.000 per hari dengan karyawan 6 orang. Makan siang karyawan di tanggung oleh pihak Erika, dengan makan bersama yang di masak oleh pihak Erika tersebut. Kemudian industri kecil ini juga memberikan tunjangan berupa tunjangan kesehatan serta memberikan fasilitas tempat tinggal, dan apabila hari besar seperti Lebaran pihak Erika pun memberikan kepada karyawannya tunjangan Lebaran.

Dalam menetapkan harga Erika berusaha harga dapat dijangkau oleh masyarakat, dan dalam pendistribusian produk, Erika bekerja sama dengan pengecer seperti warung-warung kecil dan distributor yang menyalurkan produk ke supermaret dan toko –toko kue di Kota Payakumbuh. Sedangkan di luar kota bekerja sama dengan toko-toko di Bukittinggi, Padang Panjang, Kabupaten Agam, Kabupaten Lima Puluh Kota, Kabupaten Padang Pariaman, Kabupaten Solok dan Kabupaten Tanah Datar. Sistem pembayaran tergantung kesepakatan antara penjual dan pembeli.

BAB V

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan diuraikan hasil penelitian dan pembahasan mengenai analisis distribusi keripik rendang telur pada industri kecil Erika di Kota Payakumbuh Sumatera Barat. Terdapat enam variabel yang diteliti yaitu distribusi (Y) sebagai variabel terikat (*dependent variable*), pengangkutan / transportasi (X1), pelayanan distribusi (X2), dan standar waktu (X3), geografis / kondisi jalan (X4), dan jadwal penyaluran (X5) sebagai variabel bebas (*independent variable*).

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan analisis kuantitatif. Data diperoleh dengan cara memberikan daftar pertanyaan atau kuesioner kepada pelanggan industri kecil yang mana merupakan outlet tempat industri kecil Erika memasarkan produknya. Selanjutnya data yang diperoleh ditabulasikan untuk dianalisis secara kuantitatif dengan menggunakan program SPSS versi 17. Hasil penelitian ini meliputi deskripsi identitas responden, deskripsi variabel, uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, serta uji hipotesis penelitian.

V.1 Identitas Responden

Dalam penelitian ini digunakan data yang diperoleh dari responden yang merupakan outlet yang berupa warung-warung dan pasar swalayan maupun minimarket yang mendistribusikan produk rendang dari industri kecil Erika. Dari keseluruhan 92 outlet yang bekerjasama dengan industri kecil Erika, maka yang dijadikan responden dalam penelitian ini adalah keseluruhan outlet yaitu sebanyak

92 responden. Berikut ini disajikan data-data mengenai umur responden jenis kelamin responden, lama berusaha, dan tingkat pendidikan responden.

1. Umur Responden

Klasifikasi responden menurut tingkat umur merupakan suatu pembagian tingkat kedewasaan maupun daya pikir dari responden. Gambaran responden berdasarkan tingkat umur dalam penelitian ini dapat dikategorikan dalam berbagai kelompok yaitu :

Tabel V.1 : Tingkat Umur Responden

No.	Kelompok Umur	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
1	< 20 tahun	7	7,61
2	21-30 tahun	24	26,09
3	31-40 tahun	35	38,04
4	41-50 tahun	21	22,83
5	> 50 tahun	5	5,43
Jumlah		92	100

Sumber : Data Olahan Penelitian, 2012

Tabel V.1 di atas menunjukkan bahwa distribusi responden terpusat pada kelompok usia 31-40 tahun, sebanyak 35 orang (38,04 %), Kemudian proporsi responden terbanyak selanjutnya adalah kelompok usia 21 – 30 tahun, sebanyak 24 orang (26,09 %). Dan dalam penelitian ini sendiri, responden pada kelompok usia 40-50 tahun ternyata cukup banyak, sebanyak 21 orang (22,83 %), lalu pada kelompok di bawah 20 tahun sebanyak 7 orang (7,61%). Sedangkan komposisi yang paling sedikit adalah umur yang lebih dari 50 tahun yaitu sebanyak 5 orang (5,43 %). Hal ini menggambarkan bahwa rata-rata usia pengelola outlet berada

pada usia produktif dan hal ini sangat mendukung untuk kelangsungan usaha outlet yang dimilikinya. Usia responden yang di atas 50 tahun paling sedikit. Hal ini bisa dimengerti karena usia non produktif menyebabkan responden sudah jarang mau terlibat dengan dunia bisnis.

2. Jenis Kelamin Responden

Terhadap segmentasi jenis kelamin, peneliti membagi responden ke dalam dua jenis kelamin yaitu laki – laki dan perempuan. Gambaran responden berdasarkan jenis kelamin dalam penelitian ini dapat dikategorikan dalam dua kelompok yaitu :

Tabel V.2 : Jenis Kelamin Responden

No.	Jenis Kelamin	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
1	Laki-laki	66	71,74
2	Perempuan	26	28,26
Jumlah		92	100

Sumber : Data Olahan Penelitian, 2012

Berdasarkan tabel V.2 di atas, ternyata responden yang berjenis kelamin laki-laki mempunyai posisi yang lebih besar yaitu 66 orang (71,74 %) dari pada responden perempuan yaitu 26 orang (28,26 %). Dari data ini terlihat bahwa mayoritas responden adalah laki-laki yang merupakan para pelaku usaha outlet baik berupa warung, pasar swalayan dan minimarket. Hal ini bisa dimengerti karena biasanya yang tertarik menekuni dunia usaha pada umumnya adalah laki-laki, meskipun juga tidak menutup kemungkinan saat ini para wanita juga sudah mulai bisa menekuni dunia usaha.

3. Lama Berusaha Responden

Lama berusaha sangat menentukan bagi seseorang tersebut terutama pengalaman mereka dalam berusaha. Karena lama berusaha merupakan salah satu faktor yang menentukan kapasitas atau kemampuan dalam mengelola suatu usaha, dimana semakin lama seseorang melakukan suatu usaha cenderung semakin mahir dalam melakukan pekerjaannya. Untuk mengetahui lama berusaha responden dapat dilihat pada tabel V.3 berikut ini :

Tabel V.3 : Lama Berusaha Responden

No.	Kelompok Umur	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
1	< 5 tahun	23	25,00
2	6-10 tahun	37	40,22
3	11-15 tahun	14	15,22
4	16-20 tahun	8	8,69
5	> 20 tahun	10	10,87
Jumlah		92	100

Sumber : Data Olahan Penelitian, 2012

Pada tabel V.3 terlihat bahwa lama berusaha responden yang paling banyak adalah 6-10 tahun sebanyak 37 responden (40,22%) dan yang paling sedikit adalah dengan lama usaha di atas 16-20 tahun yaitu sebanyak 8 responden (8,69%). Hal ini menjelaskan bahwa sebagian besar lama berusaha responden tergolong cukup lama, sehingga hal ini berarti para pemilik outlet mampu mempertahankan dan mengembangkan usaha mereka dan hal ini akan berdampak positif bagi kelangsungan dan kelancaran proses distribusi produk dari Erika.

4. Tingkat Pendidikan Responden

Pendidikan seseorang dapat diwakilkan sebagai tingkat kemampuan atau tingkat ekonomi yang dimiliki. Tingginya mutu pendidikan yang diterima akan lebih memberikan konstruksi besar dalam pengembangan sumber daya manusia untuk lebih meningkatkan keunggulan daya saing mengiring tingginya tingkat ekonomi. Gambaran responden berdasarkan tingkat pendidikan pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel V.4 berikut ini :

Tabel V.4 : Tingkat Pendidikan Responden

No.	Tingkat Pendidikan	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
1	SD	7	7,61
2	SMP	21	22,83
3	SMA	35	38,04
4	Perguruan Tinggi	18	19,56
5	Lainnya	11	11,96
Jumlah		92	100

Sumber : Data Olahan Penelitian, 2012

Berdasarkan tabel V.4 di atas, dapat terlihat bahwa tingkat pendidikan responden yang paling banyak adalah pendidikan SMA dengan jumlah 35 orang (38,04%) dan paling sedikit adalah tingkat pendidikan SD yaitu sebanyak 7 orang responden (7,61%). Tingkat pendidikan yang cukup tinggi dan memadai tentunya sangat mendukung dalam upaya menjalankan bisnis para responden yaitu usaha outlet yang dimiliki, dan hal ini tentunya akan turut mempengaruhi kelangsungan hidup usaha karena pendidikan dan wawasan yang cukup luas akan membantu kemajuan usaha yang dimiliki.

V.2 Analisis Pelaksanaan Distribusi Keripik Rendang Telur pada Industri Kecil Erika di Kota Payakumbuh Sumatera Barat

Setiap industri, baik industri kecil maupun industri besar akan selalu melakukan kegiatan yang dapat meningkatkan nilai industri, baik secara kuantitatif berupa peningkatan angka keuntungan industri maupun secara kualitatif yaitu dengan menjaga nama baik industri di mata masyarakat atau konsumen.

Manajemen saluran distribusi merupakan salah satu keputusan penting dalam bidang pemasaran sehingga diperlukan suatu perencanaan dan pemikiran yang konstruktif untuk mencapai tujuan yang direncanakan. Jadi aspek saluran distribusi ini merupakan salah satu tugas rumit dan kompleks yang dihadapi oleh manajemen industri. Dalam berancang saluran distribusi yang hendak digunakan, setiap industri seharusnya menentukan tujuan-tujuan yang relevan, semua ini dimaksudkan agar pelaksanaannya berjalan efektif.

Analisis tentang distribusi didapat dari keseluruhan total nilai seluruh variabel yang merupakan faktor – faktor yang membentuk distribusi. Jumlah variabel distribusi berjumlah lima variabel, yaitu pengangkutan / transportasi (X1), pelayanan distribusi (X2), dan standar waktu (X3), geografis / kondisi jalan (X4), dan jadwal penyaluran (X5) sebagai variabel bebas (*independent variable*). Di mana masing–masing variabel diajukan tiga pertanyaan sehingga jumlah keseluruhan pertanyaan sebanyak lima belas pertanyaan. Dari pertanyaan (indikator) yang diajukan untuk mengukur distribusi akan didapatkan hasil atau

pembahasan tentang bagaimana tanggapan pelanggan produk kripik rendang telur Erika tentang pelaksanaan distribusi dari industri kecil Erika Kota Payakumbuh Sumatera Barat. Gambaran mengenai nilai-nilai pembentuk distribusi tersebut dijelaskan dengan teknik interval, sehingga tanggapan pelanggan produk kripik rendang telur Erika bisa dikategorikan sangat baik, baik, cukup baik, kurang baik, dan tidak baik. Pembahasan deskriptif tentang distribusi dari industri kecil Erika Kota Payakumbuh Sumatera Barat adalah sebagai berikut :

1. Pengangkutan / Transportasi (X1)

Selain pergudangan, hal yang paling penting lainnya dalam hal fasilitas distribusi adalah pengangkutan atau transportasi. Pengangkutan merupakan suatu aktivitas yang dapat mempengaruhi kelancaran pendistribusian produk rendang telur dari tangan produsen ke pengecer, tanpa kegiatan pengangkutan ini maka upaya untuk menyalurkan produk rendang telur tersebut tidak dapat dilakukan dan produk rendang telur yang dimiliki industri tidak mempunyai nilai.

Hal-hal yang termasuk ke dalam sistem pengangkutan ini adalah keputusan tentang pemilihan alat angkutan yang tepat, keputusan rute yang harus ditempuh, penentuan jadwal pengiriman serta hal-hal lainnya yang mendukung kegiatan operasionalnya.

Dengan adanya sistem pengangkutan yang baik dalam industri maka nilai yang dapat diberikannya adalah nilai tempat dan nilai waktu. Jika kegiatan pengangkutan tidak ada maka produk rendang telur tidak dapat diangkut ke tempat pengecer, sehingga produk rendang telur tersebut pun tidak mempunyai

nilai. Begitu juga dengan nilai waktu, jika tidak ada kegiatan pengangkutan yang dilakukan pada waktu yang telah ditentukan maka barang tersebut akan berkurang nilainya.

Adapun indikator-indikator dari pengangkutan / transportasi (X1) adalah jumlah armada, kapasitas armada, dan kondisi armada. Jawaban responden mengenai pengangkutan / transportasi dikategorikan ke dalam lima kategori (menggunakan skala likert) yang hasilnya dijelaskan dengan teknik interval, sehingga jawaban responden bisa dijelaskan. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai transportasi / pengangkutan yang diberikan industri kecil rendang telur Erika, dapat dilihat pada tabel V.5 di bawah ini :

Tabel V.5 : Tanggapan Responden terhadap Transportasi / Pengangkutan pada Industri Kecil Erika

No	INDIKATOR	KATEGORI TANGGAPAN					JUMLAH
		SB	B	CB	KB	TB	
1	Jumlah armada	0 (0%)	13 (14%)	44 (48%)	21 (23%)	14 (15%)	92 (100%)
		0	52	132	42	14	240
2	Kapasitas armada	0 (0%)	15 (16%)	43 (47%)	28 (30%)	6 (7%)	92 (100%)
		0	60	129	56	6	251
3	Kondisi armada	0 (0%)	13 (14%)	38 (42%)	28 (30%)	13 (14%)	92 (100%)
		0	52	114	56	13	235
Jumlah						726	

Sumber : Data Olahan Penelitian, 2012

Dari tabel di atas, dapat diketahui tanggapan responden mengenai transportasi / pengangkutan dari industri kecil Erika yang berada pada kategori cukup baik dengan total skor 726 (rentang 718-938). Apabila dilihat secara rinci mengenai tanggapan responden terhadap indikator jumlah armada yang dimiliki oleh industri kecil Erika, tanggapan responden berada pada kategori cukup baik dengan total skor 240 (rentang 240-313). Hal ini berarti responden menilai bahwa jumlah armada yang dimiliki oleh industri kecil Erika cukup memadai dan cukup untuk memenuhi kebutuhan distribusi yang dilakukan oleh industri untuk menyalurkan produk rendang telur, namun belum maksimal karena masih adanya keterbatasan alat transportasi. Selanjutnya untuk indikator kapasitas armada yang dimiliki industri kecil Erika menurut opini responden, mereka menyatakan baik dengan total skor 251 (rentang 240-313). Hal ini menunjukkan bahwa responden menilai cukup baik bahwa industri kecil Erika memiliki kapasitas yang cukup memadai untuk melakukan kegiatannya mendistribusikan produk rendang telur yang diproduksi, akan tetapi juga masih belum maksimal. Untuk indikator kondisi armada, responden menyatakan kurang baik dengan total skor 235 (rentang 166-239). Hal ini dikarenakan menurut opini para responden, industri kecil Erika belum memiliki kondisi armada yang baik dan tidak mampu mendukung kegiatan distribusi yang dilakukan sehingga penjualan industri menjadi terganggu.

Jika dilihat dari jumlah skor variabel transportasi / pengangkutan yang berada pada kategori cukup baik dengan total skor 726, hal ini berarti responden menilai bahwa variabel transportasi / pengangkutan yang dilakukan industri kecil Erika cukup baik namun belum maksimal sehingga belum sesuai dengan harapan

mereka dan dapat mendukung kegiatan distribusi yang dilakukan oleh industri. Hal ini tentunya akan berdampak pada peningkatan penjualan yang diperoleh industri kecil Erika.

2. Pelayanan Distribusi (X2)

Selain kegiatan transportasi dan pengangkutan, kelancaran suatu industri dalam mendistribusikan produknya juga ditentukan dari service yang diberikan baik dari segi pelayanan pada saat penjualan produk atau perilaku penyalur terhadap konsumen.

Pemberian pelayanan yang memuaskan diharapkan tidak hanya akan menimbulkan harapan pembeli akan datang membeli lagi di masa yang akan datang, tetapi kemungkinan para pembeli itu akan menganjurkan pada kenalan maupun kerabatnya agar membeli barang atau jasa di tempat tersebut di saat mereka membutuhkannya, demikian juga sebaliknya.

Hal ini tentu akan mempengaruhi volume penjualan industri. Adapun jenis service yang bisa diberikan oleh industri kecil Erika Kota Payakumbuh pada konsumen atau pelanggannya adalah sebagai berikut :

- a. Memberikan pelayanan penjualan yang baik terhadap pelanggan atau konsumen
- b. Memberikan kualitas produk rendang telur yang baik kepada pengecer atau pelanggan, dengan memberikan produk rendang telur yang berkualitas baik.
- c. Ketepatan waktu dalam menghantarkan pesanan

- d. Memberikan diskon atau potongan harga kepada pelanggan yang membeli dalam jumlah banyak.

Menurut keterangan pimpinan industri kecil Erika, industry kecil ini menghadapi masalah dalam mengatur waktu penghantaran atau pendistribusian ke pengecer. Mengingat luasnya area pemasaran produk rendang telur di luar Kota Payakumbuh.

Adapun indikator-indikator dari pelayanan distribusi (X2) adalah potongan harga, jaminan produk, dan pelayanan keluhan. Jawaban responden mengenai pelayanan distribusi dikategorikan ke dalam lima kategori (menggunakan skala likert) yang hasilnya dijelaskan dengan teknik interval, sehingga jawaban responden bisa dijelaskan. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai pelayanan distribusi yang diberikan industri kecil rendang telur Erika, dapat dilihat pada tabel V.6 di bawah ini :

Tabel V.6 : Tanggapan Responden terhadap Pelayanan Distribusi pada Industri Kecil Erika

No	INDIKATOR	KATEGORI TANGGAPAN					JUMLAH
		SB	B	CB	KB	TB	
1	Potongan harga	0	13	44	22	13	92
		(0%)	(14%)	(48%)	(24%)	(14%)	(100%)
		0	52	132	44	13	241
2	Jaminan produk	0	11	42	25	14	92
		(0%)	(12%)	(46%)	(27%)	(15%)	(100%)
		0	44	126	50	14	234
3	Pelayanan keluhan	0	13	39	22	18	92
		(0%)	(14%)	(42%)	(24%)	(20%)	(100%)
		0	52	117	44	18	231
Jumlah							706

Sumber : Data Olahan Penelitian, 2012

Dari tabel di atas, dapat diketahui tanggapan responden mengenai pelayanan distribusi dari industri kecil Erika yang berada pada kategori kurang baik dengan total skor 706 (rentang 497-717). Apabila dilihat secara rinci mengenai tanggapan responden terhadap indikator potongan harga yang diberikan oleh industri kecil Erika, tanggapan responden berada pada kategori cukup baik dengan total skor 241 (rentang 240-313). Hal ini berarti responden menilai bahwa selama ini potongan harga yang diberikan oleh industri kecil Erika terhadap para responden yang merupakan pelanggan produk rendang telur cukup baik namun masih belum seperti harapan mereka. Selanjutnya untuk indikator jaminan produk yang diberikan oleh industri kecil Erika menurut opini responden, mereka menyatakan kurang baik dengan total skor 234 (rentang 166-239). Hal ini menunjukkan bahwa responden menilai jaminan produk yang diberikan oleh

industri kecil Erika selama ini masih kurang baik dan belum memenuhi harapan para responden yang merupakan pelanggan produk rendang telur Erika. Untuk indikator pelayanan keluhan, responden menyatakan kurang baik dengan total skor 231 (rentang 166-239). Hal ini dikarenakan menurut opini para responden, industri kecil Erika belum maksimal dalam melayani keluhan yang disampaikan para responden dengan baik dan telah sesuai dengan apa yang diharapkan oleh mereka.

Jika dilihat dari jumlah skor variabel pelayanan distribusi yang berada pada kategori kurang baik dengan total skor 706, hal ini berarti responden menilai bahwa variabel pelayanan distribusi yang dilakukan industri kecil Erika kurang baik dan belum memenuhi harapan mereka sehingga hal ini akan menghambat kegiatan distribusi yang dilakukan oleh perusahaan. Hal ini tentunya akan berdampak pada peningkatan penjualan yang diperoleh industri kecil Erika.

3. Standar Waktu (X3)

Sebuah saluran pemasaran melaksanakan tugas memindahkan barang dari produsen ke konsumen. Hal ini dimaksudkan untuk mengatasi kesenjangan waktu, tempat, dan kepemilikan yang memisahkan barang dan jasa dari orang-orang yang membutuhkan atau menginginkannya. Setelah industri kecil mendefinisikan pasar sasaran dan posisi yang diinginkan, industri kecil harus mengidentifikasi alternatif salurannya. Suatu alternatif digambarkan dengan tiga elemen jenis perantara bisnis yang tersedia, jumlah perantara yang diperlukan, serta syarat dan tanggung jawab setiap peserta saluran.

Sebagai industri yang bergerak di bidang distribusi, standar waktu merupakan suatu bagian dalam menjalankan saluran distribusi. Standar waktu sangat besar artinya dalam kelancaran penyaluran barang kepada outlet-outlet atau pelanggan. Penggunaan standar waktu yang tepat dapat membantu peningkatan tingkat pelayanan konsumen yang diinginkan sehingga dapat memenuhi kebutuhan pelanggan setiap saat.

Industri kecil Erika di Kota Payakumbuh merupakan salah satu perusahaan yang memiliki proses distribusi dalam pelaksanaan usahanya, yang berupaya melakukan pendistribusian secara cepat dan tepat waktu. Ketepatan waktu merupakan perencanaan yang harus dipertimbangkan terlebih dahulu mengingat area pemasaran industri kecil Erika mencakup 9 daerah yang ada di Provinsi Sumatera Barat sehingga ketepatan waktu pendistribusian sulit untuk dilakukan dengan tepat waktu.

Adapun indikator-indikator dari standar waktu (X3) adalah penyaluran produk, produk sesuai pesanan, dan kondisi alam. Jawaban responden mengenai standar waktu dikategorikan ke dalam lima kategori (menggunakan skala likert) yang hasilnya dijelaskan dengan teknik interval, sehingga jawaban responden bisa dijelaskan. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai standar waktu yang diberikan industri kecil rendang telur Erika, dapat dilihat pada tabel V.7 di bawah ini :

Tabel V.7 : Tanggapan Responden terhadap Standar Waktu pada Industri Kecil Erika

No	INDIKATOR	KATEGORI TANGGAPAN					JUMLAH
		SB	B	CB	KB	TB	
1	Penyaluran produk	0	17	44	24	7	92
		(0%)	(18%)	(48%)	(26%)	(8%)	(100%)
		0	68	132	48	7	255
2	Produk sesuai pesanan	0	16	40	22	14	92
		(0%)	(17%)	(44%)	(24%)	(15%)	(100%)
		0	64	120	44	14	242
3	Kondisi alam	0	12	42	26	12	92
		(0%)	(13%)	(46%)	(28%)	(13%)	(100%)
		0	48	126	52	12	238
Jumlah						735	

Sumber : Data Olahan Penelitian, 2012

Dari tabel di atas, dapat diketahui tanggapan responden mengenai standar waktu dari industri kecil Erika yang berada pada kategori cukup baik dengan total skor 735 (rentang 718-938). Apabila dilihat secara rinci mengenai tanggapan responden terhadap indikator penyaluran produk yang dilakukan oleh industri kecil Erika, tanggapan responden berada pada kategori cukup baik dengan total skor 255 (rentang 240-313). Hal ini berarti responden menilai bahwa selama ini penyaluran produk yang dilakukan oleh industri kecil Erika terhadap para responden yang merupakan pelanggan produk rendang telur cukup baik namun belum semaksimal harapan mereka. Selanjutnya untuk indikator produk sesuai pesanan yang diberikan oleh industri kecil Erika menurut opini responden, mereka menyatakan cukup baik dengan total skor 242 (rentang 240-313). Hal ini menunjukkan bahwa responden menilai produk yang diberikan oleh industri kecil

Erika selama ini cukup baik dan cukup sesuai dengan pesanan yang dilakukan para responden yang mana merupakan pelanggan produk rendang telur Erika. Untuk indikator kondisi alam, responden menyatakan kurang baik dengan total skor 238 (rentang 166-239). Hal ini dikarenakan menurut opini para responden, industri kecil Erika masih kurang memperhatikan kondisi alam dengan baik dalam menetapkan standar waktu terhadap penyaluran produk rendang telur.

Jika dilihat dari jumlah skor variabel standar waktu yang berada pada kategori cukup baik dengan total skor 735, hal ini berarti responden menilai bahwa variabel standar waktu yang dilakukan industri kecil Erika cukup baik dan tetapi belum semaksimal harapan mereka dan hal ini cukup dapat mendukung kegiatan distribusi yang dilakukan oleh industri kecil . Hal ini tentunya akan berdampak pada peningkatan penjualan yang diperoleh industri kecil Erika.

4. Geografis / Kondisi Jalan (X4)

Pendistribusian tidak terlepas dari keadaan geografis atau kondisi jalan yang dilewati oleh transportasi dalam mengangkut produk pemasaran. Jalan merupakan kebutuhan vital bagi pendistribusian produk, oleh sebab itu kondisi jalan yang baik akan sangat mendukung proses pendistribusian produk, apalagi bagi produk yang kadar limitnya tidak bisa bertahan lama maka diperlukan pendistribusian yang cepat dan tepat.

Kondisi jalan yang dilewati oleh transportasi distribusi industri kecil Erika dalam menyalurkan produk ke pengecer atau outlet-outlet banyak mengalami hambatan-hambatan seperti kondisi jalan yang kurang baik, banyak melewati jalan-jalan kecil serta sering terjadi longsor. Untuk melakukan pendistribusian

produk yang diluar Kota Payakumbuh diperlukan biaya tambahan untuk menyewa mobil, serta biaya untuk jasa pengiriman.

Adapun indikator-indikator dari geografis / kondisi jalan (X4) adalah kondisi jalan, posisi jalan, dan pelayanan jalan. Jawaban responden mengenai geografis / kondisi jalan dikategorikan ke dalam lima kategori (menggunakan skala likert) yang hasilnya dijelaskan dengan teknik interval, sehingga jawaban responden bisa dijelaskan. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai geografis / kondisi jalan yang diberikan industri kecil rendang telur Erika, dapat dilihat pada tabel V.8 di bawah ini :

Tabel V.8 : Tanggapan Responden terhadap Geografis / Kondisi Jalan pada Industri Kecil Erika

No	INDIKATOR	KATEGORI TANGGAPAN					JUMLAH
		SB	B	CB	KB	TB	
1	Kondisi jalan	0	16	44	18	14	92
		0%	17%	48%	20%	15%	100%
		0	64	132	36	14	246
2	Posisi jalan	0	11	44	23	14	92
		0%	12%	48%	25%	15%	100%
		0	44	132	46	14	236
3	Pelayanan jalan	0	11	36	26	19	92
		0%	12%	39%	28%	21%	100%
		0	44	108	52	19	223
Jumlah						705	

Sumber : Data Olahan Penelitian, 2012

Dari tabel di atas, dapat diketahui tanggapan responden mengenai geografis / kondisi jalan dari industri kecil Erika yang berada pada kategori kurang baik dengan total skor 705 (rentang 497-717). Apabila dilihat secara rinci

mengenai tanggapan responden terhadap indikator kondisi jalan yang dihadapi oleh industri kecil Erika, tanggapan responden berada pada kategori cukup baik dengan total skor 246 (rentang 240-313). Hal ini berarti responden menilai bahwa selama ini kondisi jalan yang dihadapi oleh industri kecil Erika dalam proses menyalurkan produk rendang telur menuju responden (outlet) cukup baik sehingga tidak menimbulkan kendala yang cukup berarti bagi industri kecil Erika dan tidak menghambat proses penjualan produk. Selanjutnya untuk indikator posisi jalan yang dihadapi oleh industri kecil Erika menurut opini responden, mereka menyatakan kurang baik dengan total skor 236 (rentang 166-239). Hal ini menunjukkan bahwa responden menilai posisi jalan yang dihadapi oleh industri kecil Erika dalam proses menyalurkan produk rendang telur menuju responden (outlet) kurang baik sehingga hal ini menimbulkan kendala yang berarti bagi industri kecil Erika dan menghambat proses penjualan produk. Untuk indikator pelayanan jalan, responden menyatakan kurang baik dengan total skor 223 (rentang 166-239). Hal ini dikarenakan menurut opini para responden, industri kecil Erika menimbulkan biaya tambahan dalam melakukan pelayanan perjalanan untuk melakukan proses distribusi produk rendang telur yang dilakukannya, dan hal ini menimbulkan ketidakpuasan bagi para responden (outlet).

Jika dilihat dari jumlah skor variabel geografis / kondisi jalan yang berada pada kategori kurang baik dengan total skor 705. Hal ini berarti responden menilai bahwa variabel geografis / kondisi jalan yang dihadapi industri kecil Erika masih kurang baik dan belum sesuai dengan harapan mereka sehingga dapat

menghambat kegiatan distribusi yang dilakukan oleh perusahaan. Hal ini tentunya akan berdampak pada peningkatan penjualan yang diperoleh industri kecil Erika.

5. Jadwal Penyaluran (X5)

Pendistribusian yang dilakukan oleh industri kecil Erika dalam menyalurkan produknya ke pelanggan mempunyai jadwal pengiriman yang rutin yang tujuannya adalah agar perputaran produk sesuai dengan produksi yang dilakukan oleh perusahaan. Jadwal pengiriman rutin dilakukan sebulan sekali pada setiap outlet, hal ini disebabkan daya tahan produk rendang tidak bertahan lama hanya bertahan dua bulan. Masa limit produk rendang dan dikurangi dengan waktu pendistribusian dan waktu produk rendang berada di gudang sebelum disalurkan, ini jelas waktu produk rendang di pasaran sangat singkat sekali. Untuk itulah perlu adanya jadwal waktu pengiriman yang tepat sesuai dengan kesepakatan antara industri kecil Erika dengan pengecer.

Jadwal pengiriman ditentukan oleh industri kecil rendang Erika dan disepakati oleh outlet, jika kesepakatan ini sudah tercapai maka industri kecil rendang Erika rutin melakukan pendistribusian sesuai dengan jadwal pengiriman yang sudah disepakati. Hal ini bertujuan agar tidak terjadi hambatan dalam penyaluran produk.

Adapun indikator-indikator dari jadwal penyaluran (X5) adalah kesepakatan dengan pelanggan, penyaluran sesuai jadwal, dan perubahan jadwal disepakati dengan pelanggan. Jawaban responden mengenai jadwal penyaluran dikategorikan ke dalam lima kategori (menggunakan skala likert) yang hasilnya

dijelaskan dengan teknik interval, sehingga jawaban responden bisa dijelaskan. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai jadwal penyaluran yang diberikan industri kecil rendang telur Erika, dapat dilihat pada tabel V.9 di bawah ini :

Tabel V.9 : Tanggapan Responden terhadap Jadwal Penyaluran pada Industri Kecil Erika

No	INDIKATOR	KATEGORI TANGGAPAN					JUMLAH
		SB	B	CB	KB	TB	
1	Kesepakatan dengan pelanggan	0	8	42	27	15	92
		0%	9%	46%	29%	16%	100%
		0	32	126	54	15	227
2	Penyaluran sesuai jadwal	0	9	38	27	18	92
		0%	10%	41%	29%	20%	100%
		0	36	114	54	18	222
3	Perubahan jadwal disepakati dengan pelanggan	0	10	42	27	13	92
		0%	11%	46%	29%	14%	100%
		0	40	126	54	13	233
Jumlah						682	

Sumber : Data Olahan Penelitian, 2012

Dari tabel di atas, dapat diketahui tanggapan responden mengenai jadwal penyaluran dari industri kecil Erika yang berada pada kategori kurang baik dengan total skor 682 (rentang 497-717). Apabila dilihat secara rinci mengenai tanggapan responden terhadap indikator kesepakatan dengan pelanggan yang dilakukan oleh industri kecil Erika, tanggapan responden berada pada kategori kurang baik dengan total skor 227 (rentang 166-239). Hal ini berarti responden menilai bahwa selama ini jadwal penyaluran produk yang dilakukan oleh industri kecil Erika terhadap para responden yang merupakan pelanggan produk rendang telur masih

kurang baik dan belum sesuai dengan kesepakatan terhadap mereka sehingga tidak memenuhi harapan para pelanggan tersebut. Selanjutnya untuk indikator penyaluran sesuai jadwal yang dilakukan oleh industri kecil Erika menurut opini responden, mereka menyatakan kurang baik dengan total skor 222 (rentang 166-239). Hal ini menunjukkan bahwa responden menilai bahwa dalam menyalurkan produk rendang telur yang dilakukan oleh industri kecil Erika selama ini kurang baik dan belum sesuai dengan jadwal yang telah disepakati dengan pelanggan. Untuk indikator perubahan jadwal disepakati dengan pelanggan, responden menyatakan kurang baik dengan total skor 233 (rentang 166-239). Hal ini dikarenakan menurut opini para responden, industri kecil Erika apabila melakukan perubahan jadwal penyaluran produk rendang telur dikarenakan suatu hambatan, pihak industri kecil Erika jarang menghubungi pihak responden yang mana merupakan pelanggan Erika, dan selama ini hal tersebut tidak berjalan dengan baik sehingga pelanggan kecewa dengan adanya keterlambatan penyaluran produk.

Jika dilihat dari jumlah skor variabel jadwal penyaluran yang berada pada kategori kurang baik dengan total skor 682. Hal ini berarti responden menilai bahwa variabel jadwal penyaluran yang dilakukan industri kecil Erika masih kurang baik dan belum sesuai dengan harapan mereka sehingga tidak dapat mendukung kegiatan distribusi yang dilakukan oleh industri kecil. Hal ini tentunya akan berdampak pada peningkatan penjualan yang diperoleh industri kecil Erika.

Jadi, secara keseluruhan analisis pernyataan responden terhadap variabel-variabel pembentuk distribusi dapat dilihat di tabel V.10 berikut :

Tabel V.10 : Total Skor Variabel-variabel Distribusi Industri Kecil Erika Kota Payakumbuh Sumatera Barat (Variabel X)

No	Variabel	Total Skor
1	Pengangkutan / Transportasi (X1)	726
2	Pelayanan Distribusi (X2)	706
3	Standar Waktu (X3)	735
4	Geografis / Kondisi Jalan (X4)	705
5	Jadwal Penyaluran (X5)	682
Jumlah		3554

Sumber : Data Olahan Penelitian, 2012

Skor ideal = jumlah responden x nilai kategori x jumlah indikator yaitu :

Jumlah responden = 92

Nilai kategori = 1 – 5

Jumlah indikator = 15

Jika diklasifikasikan menjadi 5 tingkatan, maka rentang skor antar tingkatan dapat dihitung dengan cara sebagai berikut :

Skor tertinggi = $15 \times 5 \times 92 = 6900$

Skor terendah = $15 \times 1 \times 92 = 1380$

Rentang skor = $(6900 - 1380) / 5 = 1104$

Interval untuk total skor jawaban variabel-variabel distribusi :

Interval Skor	Kategori Responden
5796 – 6900	Sangat Baik
4692 – 5795	Baik
3588 – 4691	Cukup Baik
2484 – 3587	Kurang Baik
1380 - 2483	Tidak Baik

Dari penjelasan tabel V.10 dapat diketahui skor dari masing-masing variabel yang membentuk distribusi pada industri kecil Erika di mana diperoleh

total skor keseluruhan variabel pembentuk distribusi, 3554 (rentang 2484-3587), dari hasil tersebut keseluruhan variabel pembentuk distribusi pada industri kecil Erika dikategorikan responden berpendapat kurang baik.

Tanggapan kurang baik terhadap variabel-variabel pembentuk distribusi pada industri kecil Erika tersebut bisa terjadi dikarenakan rendahnya upaya industri kecil Erika dalam memenuhi dan memaksimalkan kegiatan distribusi yang dirasakan konsumen produk rendang telur Erika, baik dalam hal pengangkutan / transportasi, pelayanan distribusi, standar waktu, geografis / kondisi jalan, serta jadwal penyaluran yang telah ditetapkan. Keadaan seperti ini dapat memberikan suatu sikap yang negatif yang secara langsung berdampak pada loyalitas konsumen itu sendiri, serta menyebabkan konsumen-konsumen baru kurang berminat terhadap industri kecil Erika untuk produk rendang telur yang mereka produksi.

6. Distribusi (Y)

Dalam usaha untuk mencapai sasaran dan tujuan dari industri kecil dalam mendistribusikan produknya sampai ke konsumen akhir dengan lancar maka diperlukan saluran distribusi yang tepat. Adapun pelaksanaan distribusi di sini adalah penentuan di mana industri kecil mencoba untuk menjual produk-produk tersebut ke pasar. Distribusi merupakan operasi penunjang dalam penjualan yang menyangkut pengawasan, penanganan bahan, proses pemesanan, proses pelayananm pengangkutan, dan penyediaan barang kepada pengecer dan konsumen akhir sebagai pengguna barang tersebut.

Indikator distribusi meliputi pengangkutan yang dilaksanakan, pelayanan distribusi yang diberikan, standar waktu yang ditetapkan, geografis / kondisi jalan yang dilalui, serta jadwal penyaluran yang dilakukan. Yang dijabarkan menjadi lima pertanyaan, sehingga bisa menjelaskan bagaimana tingkat distribusi yang telah dilakukan industri kecil Erika di Kota Payakumbuh Sumatera Barat. Untuk mengetahui lebih jelasnya tingkat distribusi industri kecil Erika di Kota Payakumbuh Sumatera Barat dapat dilihat pada tabel V.11 berikut ini :

Tabel V.11 : Distribusi Industri Kecil Erika di Kota Payakumbuh Sumatera Barat

No	INDIKATOR	KATEGORI TANGGAPAN					JUMLAH
		SB	B	CB	KB	TB	
1	Pengangkutan yang dilaksanakan	0	8	47	21	16	92
		0%	9%	51%	23%	17%	100%
		0	32	141	42	16	231
2	Pelayanan distribusi yang diberikan	0	11	44	21	16	92
		0%	12%	48%	23%	17%	100%
		0	44	132	42	16	234
3	Standar waktu yang ditetapkan	0	11	31	31	19	92
		0%	12%	34%	34%	20%	100%
		0	44	93	62	19	218
4	Geografis / kondisi jalan yang dilalui	0	8	33	33	18	92
		0%	9%	36%	36%	19%	100%
		0	32	99	66	18	215
5	Jadwal penyaluran yang dilakukan	0	13	38	27	14	92
		0%	14%	41%	29%	16%	100%
		0	52	114	54	14	234
Jumlah						1132	

Sumber : Data Olahan Penelitian, 2012

Dari tabel di atas, dapat diketahui tanggapan responden mengenai distribusi dari industri kecil Erika yang berada pada kategori kurang baik dengan total skor 1132 (rentang 828 – 1195). Apabila dilihat secara rinci mengenai

tanggapan responden terhadap indikator pengangkutan yang dilaksanakan oleh industri kecil Erika, tanggapan responden berada pada kategori kurang baik dengan total skor 231 (rentang 166-239). Hal ini berarti responden menilai bahwa selama ini pelaksanaan pengangkutan yang dilakukan oleh industri kecil Erika terhadap para responden yang merupakan pelanggan produk rendang telur kurang baik dan belum sesuai sehingga tidak memenuhi harapan para pelanggan tersebut. Selanjutnya untuk indikator pelayanan distribusi yang dilakukan oleh industri kecil Erika menurut opini responden, mereka menyatakan kurang baik dengan total skor 234 (rentang 166-239). Hal ini menunjukkan bahwa responden menilai bahwa dalam menyalurkan produk rendang telur yang dilakukan oleh industri kecil Erika selama ini, pihak industri kecil Erika belum memberikan pelayanan yang baik dalam proses distribusi yang dilakukan tersebut dan belum sesuai apa yang mereka harapkan. Untuk indikator standar waktu yang ditetapkan, responden menyatakan kurang baik dengan total skor 218 (rentang 166-239). Hal ini dikarenakan menurut opini para responden, industri kecil Erika belum menetapkan standar waktu yang baik sehingga tidak dapat disepakati bersama serta belum dapat dipenuhi oleh pihak industri kecil Erika. Selanjutnya untuk indikator geografis / kondisi jalan yang dilalui oleh industri kecil Erika menurut opini responden, mereka menyatakan kurang baik dengan total skor 215 (rentang 166-239). Hal ini menunjukkan bahwa responden menilai dalam menyalurkan produk rendang telur yang dilakukan oleh industri kecil Erika selama ini, pihak industri kecil Erika masih menghadapi hambatan geografis / kondisi jalan yang kurang mendukung proses distribusi yang dilakukan industri kecil. Untuk

indikator jadwal penyaluran yang dilakukan, responden menyatakan kurang baik dengan total skor 234 (rentang 166-239). Hal ini dikarenakan menurut opini para responden, industri kecil Erika belum menetapkan jadwal penyaluran baik sehingga tidak dapat disepakati bersama dengan para pelanggan serta belum dapat dipenuhi oleh pihak industri kecil Erika, yang mana hal ini tentunya akan mengurangi kepercayaan dan loyalitas pelanggan terhadap industri kecil Erika.

Jika dilihat dari jumlah skor variabel distribusi yang berada pada kategori kurang baik dengan total skor 1132, hal ini berarti responden menilai bahwa hal-hal dalam distribusi yang dilakukan industri kecil Erika masih kurang baik dan belum sesuai dengan harapan mereka dan belum dapat mendukung kegiatan distribusi yang dilakukan oleh industri kecil.

V.3 Analisis Pengaruh Pengangkutan/Transportasi, Pelayanan Distribusi, Standar Waktu, Geografis/Kondisi Jalan, dan Jadwal Penyaluran Terhadap Distribusi Keripik Rendang Telur pada Industri Kecil Erika di Kota Payakumbuh Sumatera Barat

Pengaruh pengangkutan/transportasi, pelayanan distribusi, standar waktu, geografis/kondisi jalan, dan jadwal penyaluran terhadap distribusi keripik rendang telur pada Industri Kecil Erika di Kota Payakumbuh Sumatera Barat pada penelitian ini diperoleh dari analisis statistik. Pada analisis statistik akan dijelaskan tentang hasil pengolahan data dan pembahasan tentang pengaruh variabel pengangkutan/transportasi, pelayanan distribusi, standar waktu, geografis/kondisi jalan, dan jadwal penyaluran terhadap variabel terikatnya yaitu

distribusi. Pengolahan data dilakukan dengan bantuan program SPSS 17.0. Adapun analisis statistik yang dilakukan meliputi uji instrumen penelitian yang terdiri dari uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, serta uji hipotesis penelitian.

1. Pengujian Instrumen Penelitian

Untuk mengukur besar kecilnya nilai suatu variabel, digunakan instrumen pengukuran yaitu kuesioner. Kuesioner yang akan digunakan haruslah tepat, artinya dapat mengukur apa yang seharusnya diukur. Untuk itulah agar menjadi sumber data yang baik, diperlukan alat untuk menguji instrumen penelitian yaitu uji validitas dan uji reliabilitas.

1.1 Uji Validitas

Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur dan data-data yang diperoleh dengan menggunakan instrumen dapat menjawab tujuan penelitian.

Pengujian validitas instrumen digunakan dengan menggunakan program SPSS 17.0 dengan kriteria sebagai berikut :

- 1) Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka pernyataan tersebut dinyatakan valid
- 2) Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid.

Selain itu apabila *corrected item-total correlation* memiliki nilai kritis $> 0,3$ atau 30 % maka butir pernyataan dianggap valid.

Sebelum kuesioner disebarakan kepada keseluruhan sampel yang menjadi responden, peneliti terlebih dahulu menyebarkan kuesioner kepada 30 sampel

pendahuluan untuk melihat apakah nantinya instrumen pernyataan layak untuk digunakan sebagai data penelitian. Menurut Umar (2000:56) bahwa sangat disarankan agar jumlah responden untuk di uji 30 orang.

Untuk menentukan apakah instrumen dalam penelitian ini valid atau tidak, dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} untuk *degree of freedom* (df) = $n-2$ (n = jumlah sampel). Dalam penelitian ini sampel awal yang digunakan berjumlah 30, maka dapat dijelaskan besar df yang dihitung $30-2 = 28$ dengan df 28 dan taraf signifikan α 5% didapat $r_{tabel} = 0,361$ (lihat r_{tabel} pada $df = 28$ dengan dua sisi). Dari hasil pengolahan uji validitas dengan menggunakan bantuan SPSS 17.0 diperoleh data sebagai berikut :

Tabel V.12 : Hasil Uji Validitas 30 Responden

Variabel	Item Pertanyaan	r-hitung	r-tabel	Keterangan
Pengangkutan / Transportasi (X1)	Q1	0,702	0,361	Valid
	Q2	0,714		Valid
	Q3	0,827		Valid
Pelayanan Distribusi (X2)	Q1	0,860		Valid
	Q2	0,836		Valid
	Q3	0,744		Valid
Standar Waktu (X3)	Q1	0.603		Valid
	Q2	0.716		Valid
	Q3	0.738		Valid
Geografis / Kondisi Jalan (X4)	Q1	0.938		Valid
	Q2	0.823		Valid
	Q3	0.947		Valid
Jadwal Penyaluran (X5)	Q1	0.734		Valid
	Q2	0.865		Valid
	Q3	0.720		Valid
Distribusi (Y)	Q1	0.869	Valid	
	Q2	0.909	Valid	
	Q3	0.804	Valid	
	Q4	0.873	Valid	
	Q5	0,835	Valid	

Sumber : Data Olahan Penelitian, 2012

Dari pengujian validitas dengan pengujian SPSS menyatakan bahwa semua butir pertanyaan dapat digunakan karena r-hitung lebih besar dari r-tabel sehingga dapat dikatakan memenuhi syarat validitas.

Selanjutnya, peneliti melakukan uji validitas untuk 92 responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini, Dengan menggunakan jumlah responden sebanyak 92 orang, maka nilai *r-tabel* dapat diperoleh melalui *df* (*degree of freedom*) = $n - 2$. Jadi $df = 92 - 2 = 90$, didapat *r-tabel* = 0,205. Dengan hasil sebagai berikut:

Tabel V.13 : Hasil Uji Validitas 92 Responden

Variabel	Item Pertanyaan	r-hitung	r-tabel	Keterangan
Pengangkutan / Transportasi (X1)	Q1	0,757	0,205	Valid
	Q2	0,589		Valid
	Q3	0,716		Valid
Pelayanan Distribusi (X2)	Q1	0,777		Valid
	Q2	0,745		Valid
	Q3	0,789		Valid
Standar Waktu (X3)	Q1	0,733		Valid
	Q2	0,710		Valid
	Q3	0,686		Valid
Geografis / Kondisi Jalan (X4)	Q1	0,806		Valid
	Q2	0,766		Valid
	Q3	0,721		Valid
Jadwal Penyaluran (X5)	Q1	0,755		Valid
	Q2	0,796		Valid
	Q3	0,671		Valid
Distribusi (Y)	Q1	0,675	Valid	
	Q2	0,821	Valid	
	Q3	0,590	Valid	
	Q4	0,730	Valid	
	Q5	0,717	Valid	

Sumber : Data Olahan Penelitian, 2012

Berdasarkan hasil pengujian validitas instrumen atas 92 responden di atas, tampak jelas bahwa instrumen penelitian yang dipakai dalam penelitian ini

semuanya valid. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian ini tepat mengukur apa yang seharusnya diukur.

1.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan pada butir-butir pernyataan yang telah valid. Teknik untuk menguji reliabilitas instrumen yaitu dengan menggunakan metode *cronbach's alpha* dengan bantuan program SPSS 17.0 Variabel tersebut akan dikatakan reliabel jika *cronbach's alpha* memiliki nilai lebih besar dari 0,60.

Uji reliabilitas ini diujicobakan terlebih dahulu kepada 30 responden dengan hasil pengujian sebagai berikut :

Tabel V.14 : Tabel Hasil Uji Reliabilitas 30 Responden

Variabel	Nilai Koefisien <i>Cronbach's Alpha</i>	Nilai Batas	Keterangan
Pengangkutan / Transportasi (X1)	0,863	0,6	Reliabel
Pelayanan Distribusi (X2)	0,903	0,6	Reliabel
Standar Waktu (X3)	0,827	0,6	Reliabel
Geografis / Kondisi Jalan (X4)	0,953	0,6	Reliabel
Jadwal Penyaluran (X5)	0,881	0,6	Reliabel
Distribusi (Y)	0,941	0,6	Reliabel

Sumber : Data Olahan Penelitian, 2012

Dari hasil pengujian yang tersaji dalam Tabel III.16 di atas, terlihat bahwa nilai koefisien *Cronbach's Alpha* untuk masing-masing variabel adalah reliabel

(nilai koefisien > 0.6). Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa instrumen penelitian yang dipakai dalam penelitian ini adalah akurat, stabil, dan konsisten.

Selanjutnya, peneliti melakukan uji reliabilitas instrumen untuk 92 responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini. Hal ini untuk membuktikan bahwa instrumen penelitian ini tetap akurat dengan jumlah sampel yang berbeda.

Tabel V.15 : Tabel Hasil Uji Reliabilitas 92 Responden

Variabel	Nilai Koefisien <i>Cronbach's Alpha</i>	Nilai Batas	Keterangan
Pengangkutan / Transportasi (X1)	0,850	0,6	Reliabel
Pelayanan Distribusi (X2)	0,812	0,6	Reliabel
Standar Waktu (X3)	0,803	0,6	Reliabel
Geografis / Kondisi Jalan (X4)	0,838	0,6	Reliabel
Jadwal Penyaluran (X5)	0,888	0,6	Reliabel
Distribusi (Y)	0,808	0,6	Reliabel

Sumber : Data Olahan Penelitian, 2012

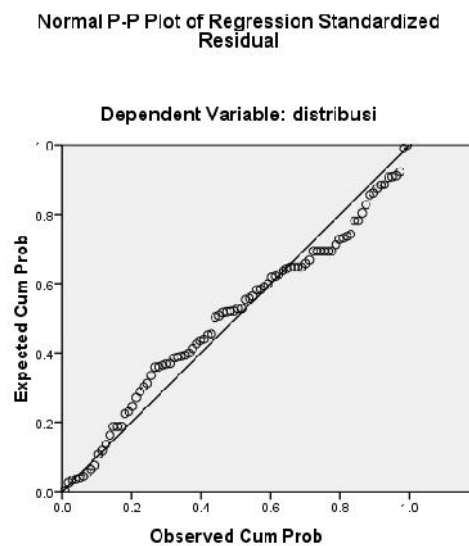
Dari tabel di atas, dapat dilihat hasil uji reliabilitas atas 92 responden. Terlihat bahwa untuk semua variabel yang dipakai dalam penelitian, nilai *Cronbach's Alpha* yang diperoleh lebih besar dari 0.6. Dengan demikian, sesuai dengan syarat reabilitas instrumen (nilai *Cronbach's Alpha* minimal 0,6), dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian yang dipakai dalam penelitian ini adalah akurat, stabil, dan konsisten, sehingga dapat dipakai untuk penelitian selanjutnya.

2. Pengujian Asumsi Klasik

2.1 Uji Normalitas

Untuk melihat normalitas rata-rata jawaban responden yang menjadi data dalam penelitian ini dapat dilihat dari *normal probability plot*. Adapun tujuan dari uji normalitas ini adalah untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel dependennya berdistribusi normal atau mendekati normal. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Sebaliknya apabila data tersebar acak dan tidak berada di sekitar garis diagonal maka asumsi normalitas tidak terpenuhi. *Normal probability plot* dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar berikut :

Gambar 5.1 : Grafik Normalitas Data



Sumber : Data Olahan Penelitian, 2012

Dari grafik diatas, terlihat titik menyebar disekitar garis diagonal, serta penyebarannya mengikuti arah diagonal. Maka model regresi layak dipakai untuk

prediksi variabel dependen distribusi berdasarkan masukan variable independennya, sehingga pengujian statistik berupa uji F dan uji t dapat dilakukan untuk menguji hipotesis penelitian.

2.2 Uji Multikolinieritas

Identifikasi keberadaan multikolinieritas ini didasarkan pada matriks korelasi variabel – variabel independen yang dutujukan oleh *coefficient correlations*. Apabila antar variabel independen ada korelasi yang tinggi (umumnya diatas 0.90 atau 0,95) maka hal ini merupakan identifikasi adanya multikolinearitas. Selanjutnya, identifikasi multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan nilai *Variance Inflation Factor (VIF)*. Nilai *cut of* yang lazim digunakan untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai *tolerance* < 0,10 dan nilai VIF > 10.

Tabel V.16 : Nilai *tolerance* dan VIF

Variabel	<i>Tolerance</i>	VIF	Keterangan
Pengangkutan / Transportasi (X1)	0,398	2,515	Bebas multikolinearitas
Pelayanan Distribusi (X2)	0,258	3,870	Bebas multikolinearitas
Standar Waktu (X3)	0,355	2,819	Bebas multikolinearitas
Geografis / Kondisi Jalan (X4)	0,274	3,646	Bebas multikolinearitas
Jadwal Penyaluran (X5)	0,339	2,947	Bebas multikolinearitas

Sumber : Data Olahan Penelitian, 2012

Berdasarkan tabel V.16 diatas terlihat bahwa nilai *tolerance* dari masing – masing variabel lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF dari masing – masing variabel tidak ada yang lebih besar dari 10, maka itu berarti tidak ada terdapat

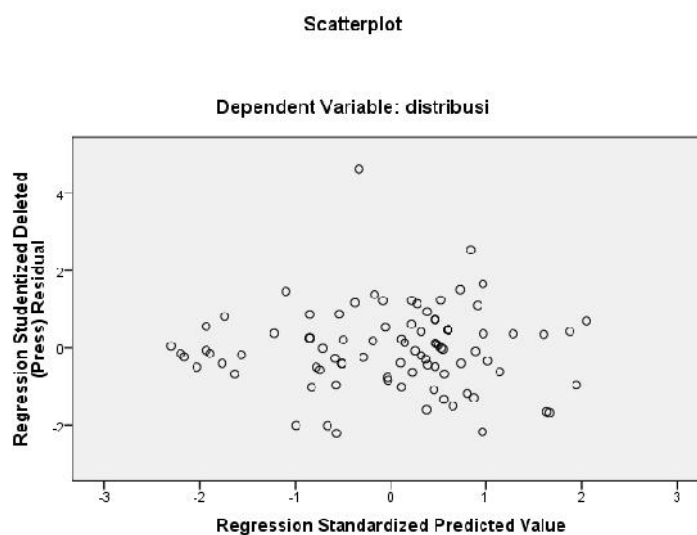
multikolinieritas antar masing – masing variabel, atau dapat dikatakan bahwa masing – masing variabel terbebas dari multikolinieritas.

2.3 Uji Heteroskedastisitas

Pengujian asumsi ini dilakukan dengan menggunakan grafik *scatterplot* antara *Z prediction* (ZPRED) yang merupakan variabel bebas (sumbu X=Y hasil prediksi) dan nilai residualnya (SRESID) yang merupakan variabel terikat (sumbu $Y=Y_{\text{prediksi}} - Y_{\text{riil}}$). Persamaan regresi yang baik jika tidak terjadi heteroskedastisitas, namun terjadi Homoskedastisitas dimana pada *scatterplot* titik – titik hasil pengolahan antara ZPRED dan SRESID menyebar dibawah maupun diatas titik origin (angka 0) pada sumbu Y dan tidak mempunyai pola yang teratur.

Hasil grafik *scatterplot* dapat dilihat pada gambar 5.2 dibawah ini :

Gambar 5.2 : Scatterplot



Sumber : Data Olahan Penelitian, 2012

Dari grafik diatas, terlihat titik – titik menyebar dibawah dan diatas sumbu Y, serta penyebarannya tidak mempunyai pola yang teratur. Maka dapat disimpulkan variabel bebas pada data diatas tidak terjadi heteroskedastisitas atau bersifat homoskedastisitas.

3. Analisis Regresi Linear Berganda

Untuk mengetahui pengaruh variabel pengangkutan / transportasi (X1), pelayanan distribusi (X2), dan standar waktu (X3), geografis / kondisi jalan (X4), dan jadwal penyaluran (X5) terhadap distribusi (Y) pada industri kecil Erika di Kota Payakumbuh Sumatera Barat, dilakukan pengujian hipotesis dengan menggunakan beberapa analisis statistik dengan menggunakan bantuan SPSS (*Statistical Package for Sosial Science*) 17.0.

Persamaan regresi secara umum ditulis :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

Dimana :

Y = variabel dependen yaitu loyalitas konsumen

a = bilangan konstanta

b_1, b_2, b_3, b_4, b_5 = koefisien regresi

X_1, X_2, X_3, X_4, X_5 = variabel independen

Dari hasil seluruh estimasi model persamaan dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel V.17 : Nilai Regresi Linear Berganda

Variabel	Koefisien Regresi	Standar Error	Nilai t hitung	Sig.
Konstanta (a)	0,277	0,694	0,399	0,691
Pengangkutan / Transportasi (X1)	0,432	0,126	3,432	0,001
Pelayanan Distribusi (X2)	0,241	0,145	1,662	0,100
Standar Waktu (X3)	0,317	0,132	2,398	0,019
Geografis (X4)	0,339	0,140	2,426	0,017
Jadwal Penyaluran (X5)	0,221	0,123	1,805	0,075
R = 0,894				
R ² = 0,799				
Adjusted R ² = 0,787				
F hitung = 68,282				

Sumber : Data Olahan Penelitian, 2012

Berdasarkan tabel V.17 di atas maka dapat diketahui bahwa persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$Y = 0,277 + 0,432X_1 + 0,241X_2 + 0,317X_3 + 0,339X_4 + 0,221X_5 + e$$

Dari persamaan regresi diatas, maka interpretasi dari masing-masing koefisien variabel adalah sebagai berikut :

- a. Nilai konstanta sebesar 0,277 menyatakan bahwa; jika tidak ada kenaikan nilai dari variabel pengangkutan / transportasi (X1), pelayanan distribusi (X2), dan standar waktu (X3), geografis / kondisi jalan (X4), dan jadwal penyaluran (X5), maka nilai distribusi pada industri kecil Erika adalah sebesar 0, 277.
- b. Koefisien regresi variabel pengangkutan / transportasi (X1) sebesar 0,432 menyatakan bahwa; jika variabel independen lainnya tidak mengalami perubahan (*ceteris paribus*) dan variabel pengangkutan / transportasi (X1) mengalami kenaikan sebesar 1%, maka tingkat distribusi pada industri

kecil Erika akan meningkat sebesar 0,432. Koefisien korelasi bernilai positif, artinya; terdapat hubungan positif / searah antara variabel pengangkutan / transportasi dengan distribusi pada industri kecil Erika.

- c. Koefisien regresi variabel pelayanan distribusi (X2) sebesar 0,241 menyatakan bahwa; jika variabel independen lainnya tidak mengalami perubahan (*ceteris paribus*) dan pelayanan distribusi (X2) mengalami kenaikan sebesar 1%, maka tingkat distribusi pada industri kecil Erika akan meningkat sebesar 0,241. Koefisien korelasi bernilai positif, artinya; terdapat hubungan positif / searah antara variabel pelayanan distribusi dengan distribusi pada industri kecil Erika.
- d. Koefisien regresi variabel standar waktu (X3) sebesar 0,317 menyatakan bahwa jika variabel independen lainnya tidak mengalami perubahan/ tetap (*ceteris paribus*) dan variabel standar waktu (X3) mengalami kenaikan sebesar 1%, maka tingkat distribusi pada industri kecil Erika akan meningkat sebesar 0,317. Koefisien korelasi bernilai positif, artinya terdapat hubungan positif / searah antara variabel standar waktu dengan distribusi pada industri kecil Erika.
- e. Koefisien regresi variabel geografis / kondisi jalan (X4) sebesar 0,339 menyatakan bahwa; jika variabel independen lainnya tidak mengalami perubahan/ tetap (*ceteris paribus*) dan variabel geografis / kondisi jalan (X4) mengalami kenaikan sebesar 1%, maka tingkat distribusi pada industri kecil Erika akan meningkat sebesar 0,339. Koefisien korelasi

bernilai positif, artinya terdapat hubungan positif / searah antara variabel geografis / kondisi jalan dengan distribusi pada industri kecil Erika.

- f. Koefisien regresi variabel jadwal penyaluran (X5) sebesar 0,221 menyatakan bahwa jika variabel independen lainnya tidak mengalami perubahan/ tetap (*ceteris paribus*) dan variabel jadwal penyaluran (X5) mengalami kenaikan sebesar 1%, maka tingkat distribusi pada industri kecil Erika akan meningkat sebesar 0, 221. Koefisien korelasi bernilai positif, artinya terdapat hubungan positif / searah antara variabel jadwal penyaluran dengan distribusi pada industri kecil Erika.

4. Analisis Koefisien Korelasi Berganda (R)

Koefisien korelasi digunakan untuk mengukur keeratan hubungan antara variabel terikat (Y) dan variabel bebas (X). Semakin besar nilai koefisien korelasi, menunjukkan semakin eratnya hubungan antar variabel, dan sebaliknya.

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa variabel-variabel bebas dalam penelitian ini memiliki hubungan yang erat dengan variabel terikatnya yaitu distribusi. Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai koefisien korelasi berganda (R) sebesar 0,894 yang dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel V.18 : Koefisien Korelasi Berganda

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.894 ^a	.799	.787	1.654

a. Predictors: (Constant), jadwal penyaluran, pengangkutan, standar waktu, geografis, pelayanan

b. Dependent Variable: distribusi

Sumber : Data Olahan Penelitian, 2012

Hasil tersebut menunjukkan bahwa hubungan antara variabel terikat (distribusi) dengan variabel bebas (pengangkutan / transportasi, pelayanan distribusi, dan standar waktu, geografis / kondisi jalan, dan jadwal penyaluran) adalah sebesar 0,894 atau 89,4%. Hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang sangat kuat antara variabel terikat dan variabel bebas, karena berada pada interval korelasi 0,75 – 1 (**Riduwan dan Sunarto, 2007 : 81**), serta nilai koefisien korelasi berganda yang diperoleh lebih besar dari 0,5 (**Suharyadi dan Purwanto, 2009:218**).

5. Koefisien Determinasi / R Square (R^2)

Analisis koefisien determinasi dalam regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen. Uji koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan dari variabel independen untuk menjelaskan variabel dependen. Uji koefisien determinasi (R^2) dapat dicari melalui analisis linear berganda. Koefisien determinasi ini menunjukkan ketetapan persamaan regresi yang diestimasi dari sampel yang berhasil dikumpulkan nilai R^2 berkisar antara 0 sampai 1 atau $0 < R < 1$. Bila $R^2 = 1$, berarti persentase dari X_1, X_2, X_3, X_4, X_5 terhadap variabel atau naik turunnya adalah sebesar 100 %. Bila $R^2 = 0$ berarti tidak dapat digunakan untuk membuat ramalan.

Nilai R^2 (koefisien determinasi) menunjukkan persentase total berarti bahwa perubahan – perubahan yang terjadi pada variabel Y (distribusi)

dipengaruhi oleh variabel X1, X2, X3, X4, X5, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan kedalam penelitian. Semakin besar R^2 , maka akan semakin baik dalam menggambarkan hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikatnya.

Berdasarkan tabel V.18 di atas, diperoleh angka R Square (R^2) sebesar 0,799 atau 79,9 %. Hal ini menunjukkan bahwa persentase sumbangan pengaruh variabel bebas (pengangkutan / transportasi, pelayanan distribusi, standar waktu, geografis / kondisi jalan, dan jadwal penyaluran) terhadap variabel terikat (distribusi) sebesar 79,9%. Sedangkan sisanya 20,1% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

6. Pengujian Regresi Secara Parsial / Individu (Uji - t)

Kemampuan variabel-variabel X (pengangkutan / transportasi, pelayanan distribusi, standar waktu, geografis / kondisi jalan, dan jadwal penyaluran) mempengaruhi Y (distribusi) secara parsial dijelaskan melalui persamaan regresi yang telah diperoleh, yaitu :

$$Y = 0,277 + 0,432X_1 + 0,241X_2 + 0,317X_3 + 0,339X_4 + 0,221X_5 + e$$

Pengujian ini dilakukan sebelum regresi yang diperoleh digunakan untuk mengambil kesimpulan. Untuk itu perlu diperiksa terlebih dahulu keberartian regresi itu sebagai satu kesatuan dan keberartian tiap koefisien regresi.

Langkah pengujiannya adalah :

1. Menetapkan hipotesis, kemudian menghitung besarnya nilai t-hitung.
2. Membandingkan nilai t-hitung yang diperoleh dengan nilai t-tabel pada *level of significance* 5%.

Pengujian tersebut dilakukan dengan menggunakan uji t (*t-test*) untuk mengetahui apakah hipotesa yang diajukan benar, yang pengujiannya dilakukan pada masing-masing variabel.

Sebelum uji hipotesis tersebut dilakukan, beberapa langkah pengujian sebagai berikut:

1. Perumusan hipotesis statistik
 - a. $H_0 : b_1 = 0$, variabel bebas (X) tidak berpengaruh terhadap variabel terikat (Y)
 - b. $H_a : b_1 \neq 0$, variabel bebas (X) berpengaruh terhadap variabel terikat (Y)
2. Penentuan nilai t_{tabel}
 - a. Level of significance, two tail test (α) = 5% (0,05)
 - b. Degree of freedom = $n-k-1 = 92 - 5 - 1 = 86$

$$\begin{aligned} t_{tabel} &= (\alpha ; df) \\ &= (0,05 ; 86) \\ &= 1,988 \end{aligned}$$

Hasil pengujian secara individu menggunakan program SPSS dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel V.19 : Hasil Uji – t**Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.277	.694		.399	.691
pengangkutan	.432	.126	.271	3.432	.001
pelayanan	.241	.145	.162	1.662	.100
standar waktu	.317	.132	.200	2.398	.019
geografis	.339	.140	.231	2.426	.017
jdwal penyaluran	.221	.123	.149	1.805	.075

a. Dependent Variable: distribusi

Sumber : Data Olahan Penelitian, 2012

6.1 Pengaruh Pengangkutan / Transportasi (X1) terhadap Distribusi (Y)

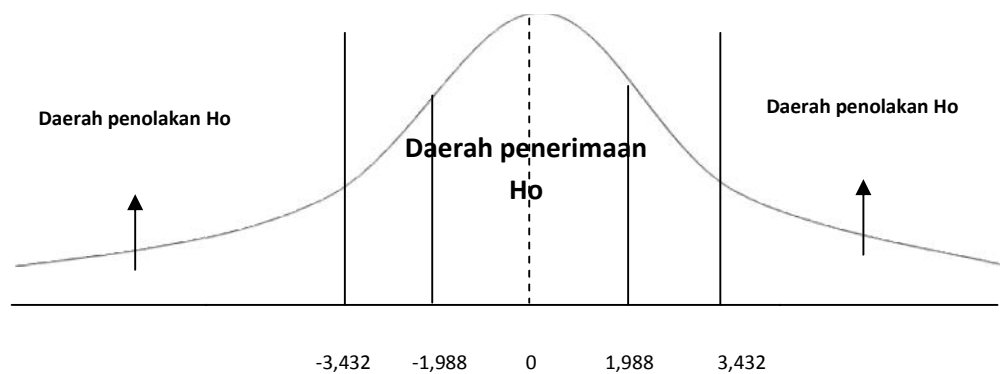
Variabel pengangkutan / transportasi memberikan pengaruh positif terhadap distribusi sebesar 3,432, artinya jika pengangkutan / transportasi meningkat 1 skor menyebabkan distribusi meningkat sebesar 3,432 skor. Evaluasi terhadap pengaruh pengangkutan / transportasi dilakukan melalui Uji-t, dengan menetapkan hipotesis :

Ho : $b_1 = 0$ (tidak terdapat pengaruh antara variabel pengangkutan / transportasi dengan distribusi)

Ha : $b_1 \neq 0$ (terdapat pengaruh antara variabel pengangkutan / transportasi dengan distribusi)

Dari tabel V.19 diketahui t_{hitung} sebesar 3,432. Nilai t_{tabel} pada *level of significant* 5% dan df sebesar 86 ($n-k-1$) adalah 1,988, sehingga dapat diketahui t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($3,432 > 1,988$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima, berarti terdapat pengaruh nyata dan signifikan secara statistik antara variabel pengangkutan / transportasi dengan distribusi.

Dapat digambarkan dalam kurva seperti di bawah ini :



Gambar 5.3

Gambar : Kurva Uji Dua Pihak

H_0 ditolak, H_a diterima

Di antara semua hal dalam distribusi, hal yang paling penting dalam hal fasilitas distribusi adalah pengangkutan atau transportasi. Pengangkutan merupakan suatu aktivitas yang dapat mempengaruhi kelancaran pendistribusian produk rendang telur dari tangan produsen ke pengecer, tanpa kegiatan pengangkutan ini maka upaya untuk menyalurkan produk rendang telur tersebut tidak dapat dilakukan dan produk rendang yang dimiliki industri kecil tidak mempunyai nilai.

Kemajuan dalam bidang pengangkutan menyebabkan lebih cepatnya waktu yang dibutuhkan dalam penyaluran produk rendang telur dan akan

memperpendek jarak antara satu tempat ke tempat tujuan sehingga menjadi lancar dan dapat menyebar luas secara merata.

Dengan adanya sistem pengangkutan yang baik dalam industri kecil maka nilai yang dapat diberikannya adalah nilai tempat dan nilai waktu. Jika kegiatan pengangkutan tidak ada maka produk rendang telur tidak dapat diangkut ke tempat pengecer, sehingga produk rendang telur tersebut pun tidak mempunyai nilai. Begitu juga dengan nilai waktu, jika tidak ada kegiatan pengangkutan yang dilakukan pada waktu yang telah ditentukan maka barang tersebut akan berkurang nilainya.

6.2 Pengaruh Pelayanan Distribusi (X2) terhadap Distribusi (Y)

Variabel pelayanan distribusi memberikan pengaruh positif terhadap distribusi sebesar 1,662, artinya jika pelayanan distribusi meningkat 1 skor menyebabkan distribusi meningkat sebesar 1,662 skor. Evaluasi terhadap pengaruh pelayanan distribusi dilakukan melalui Uji-t, dengan menetapkan hipotesis :

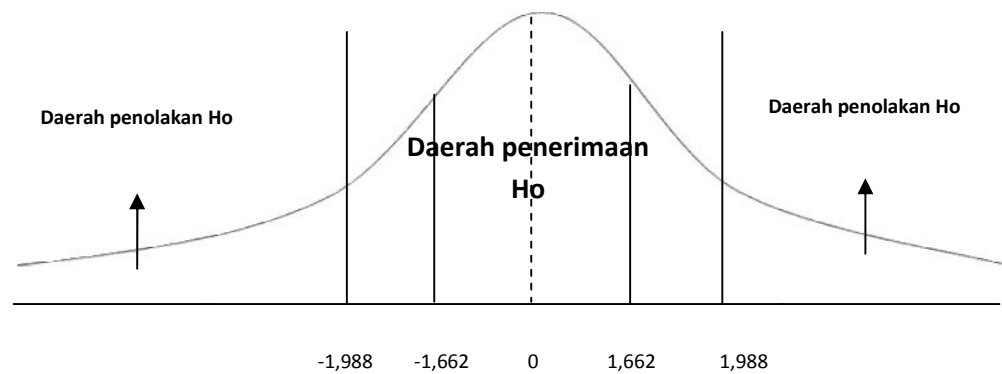
Ho : $b_1 = 0$ (tidak terdapat pengaruh antara variabel pelayanan distribusi dengan distribusi)

Ha : $b_1 \neq 0$ (terdapat pengaruh antara variabel pelayanan distribusi dengan distribusi)

Dari tabel V.19 diketahui t_{hitung} sebesar 1,662. Nilai t_{tabel} pada *level of significant* 5% dan df sebesar 86 ($n-k-1$) adalah 1,988, sehingga dapat diketahui t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} ($1,988 > 1,662$), maka Ho diterima dan Ha ditolak,

berarti tidak terdapat pengaruh nyata dan tidak signifikan secara statistik antara variabel pelayanan distribusi dengan distribusi.

Dapat digambarkan dalam kurva seperti di bawah ini :



Gambar 5.4

Gambar : Kurva Uji Dua Pihak

Ho diterima, Ha ditolak

Selain kegiatan transportasi, kelancaran suatu industri kecil dalam mendistribusikan produknya juga ditentukan dari service yang diberikan baik dari segi pelayanan pada saat penjualan produk atau perilaku penyalur terhadap konsumen.

Pemberian pelayanan yang memuaskan diharapkan tidak hanya akan menimbulkan harapan pembeli akan datang membeli lagi di masa yang akan datang, tetapi kemungkinan para pembeli itu akan menganjurkan pada kenalan maupun kerabatnya agar membeli barang atau jasa di tempat tersebut di saat mereka membutuhkannya, demikian juga sebaliknya. Hal ini tentu akan mempengaruhi volume penjualan industri kecil.

6.3 Pengaruh Standar Waktu (X3) terhadap Distribusi (Y)

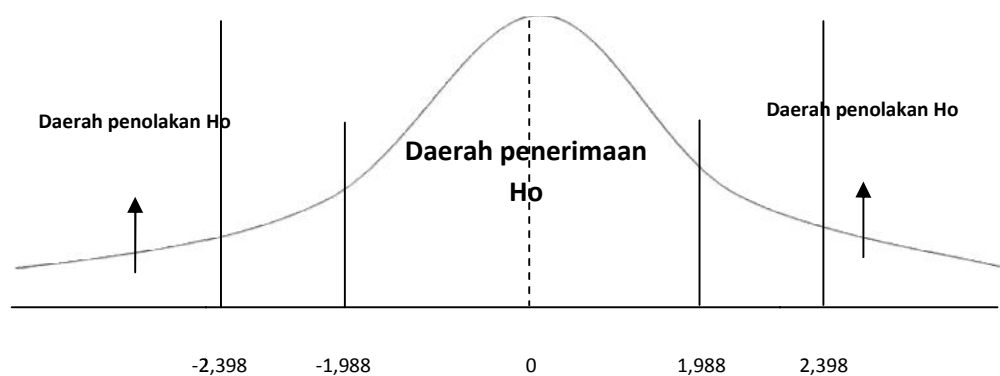
Variabel standar waktu memberikan pengaruh positif terhadap distribusi sebesar 2,398, artinya jika standar waktu meningkat 1 skor menyebabkan distribusi meningkat sebesar 2,398 skor. Evaluasi terhadap pengaruh standar waktu dilakukan melalui Uji-t, dengan menetapkan hipotesis :

$H_0 : b_1 = 0$ (tidak terdapat pengaruh antara variabel standar waktu dengan distribusi)

$H_a : b_1 \neq 0$ (terdapat pengaruh antara variabel standar waktu dengan distribusi)

Dari tabel V.19 diketahui t_{hitung} sebesar 2,398. Nilai t_{tabel} pada *level of significant* 5% dan df sebesar 86 ($n-k-1$) adalah 1,988, sehingga dapat diketahui t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($2,398 > 1,988$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima, berarti terdapat pengaruh nyata dan signifikan secara statistik antara variabel standar waktu dengan distribusi.

Dapat digambarkan dalam kurva seperti di bawah ini :



Gambar 5.5

Gambar : Kurva Uji Dua Pihak

H_0 ditolak, H_a diterima

Sebuah saluran pemasaran melaksanakan tugas memindahkan barang dari produsen ke konsumen. Hal ini dimaksudkan untuk mengatasi kesenjangan waktu, tempat, dan kepemilikan yang memisahkan barang dan jasa dari orang-orang yang membutuhkan atau menginginkannya. Setelah perusahaan mendefinisikan pasar sasaran dan posisi yang diinginkan, perusahaan harus mengidentifikasi alternatif salurannya. Suatu alternatif digambarkan dengan tiga elemen jenis perantara bisnis yang tersedia, jumlah perantara yang diperlukan, serta syarat dan tanggung jawab setiap peserta saluran.

Sebagai industri kecil yang bergerak di bidang distribusi, standar waktu merupakan suatu bagian dalam menjalankan saluran distribusi. Standar waktu sangat besar artinya dalam kelancaran penyaluran barang kepada outlet-outlet atau pelanggan. Penggunaan standar waktu yang tepat dapat membantu peningkatan tingkat pelayanan konsumen yang diinginkan sehingga dapat memenuhi kebutuhan pelanggan setiap saat.

6.4 Pengaruh Geografis / Kondisi Jalan (X4) terhadap Distribusi (Y)

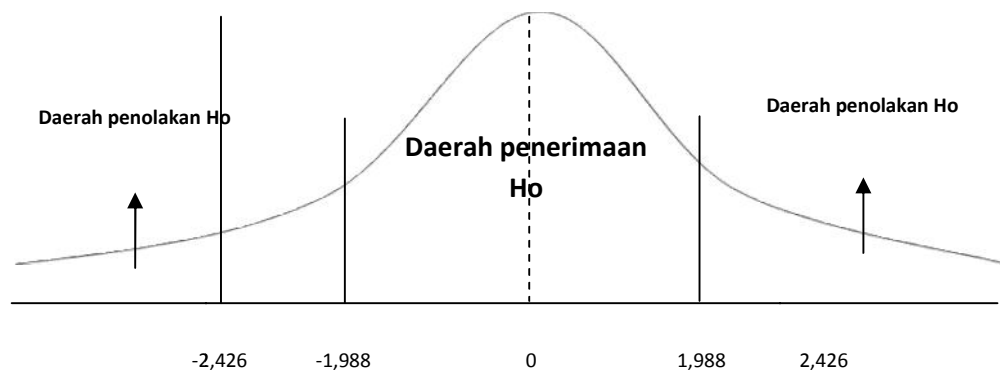
Variabel geografis / kondisi jalan memberikan pengaruh positif terhadap distribusi sebesar 2,426, artinya jika geografis / kondisi jalan meningkat 1 skor menyebabkan distribusi meningkat sebesar 2,426 skor. Evaluasi terhadap pengaruh geografis / kondisi jalan dilakukan melalui Uji-t, dengan menetapkan hipotesis :

Ho : $b_1 = 0$ (tidak terdapat pengaruh antara variabel geografis / kondisi jalan dengan distribusi)

$H_a : b1 \neq 0$ (terdapat pengaruh antara variabel geografis / kondisi jalan dengan distribusi)

Dari tabel V.19 diketahui t_{hitung} sebesar 2,426. Nilai t_{tabel} pada *level of significant* 5% dan df sebesar 86 ($n-k-1$) adalah 1,988, sehingga dapat diketahui t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($2,426 > 1,988$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima, berarti terdapat pengaruh nyata dan signifikan secara statistik antara variabel geografis / kondisi jalan dengan distribusi.

Dapat digambarkan dalam kurva seperti di bawah ini :



Gambar 5.6

Gambar : Kurva Uji Dua Pihak

H_0 ditolak, H_a diterima

Pendistribusian tidak terlepas dari keadaan geografis atau kondisi jalan yang dilewati oleh transportasi dalam mengangkut produk pemasaran. Jalan merupakan kebutuhan vital bagi pendistribusian produk, oleh sebab itu kondisi jalan yang baik akan sangat mendukung proses pendistribusian produk, apalagi bagi produk yang kadar limitnya tidak bisa bertahan lama maka diperlukan pendistribusian yang cepat dan tepat.

6.5 Pengaruh Jadwal Penyaluran (X5) terhadap Distribusi (Y)

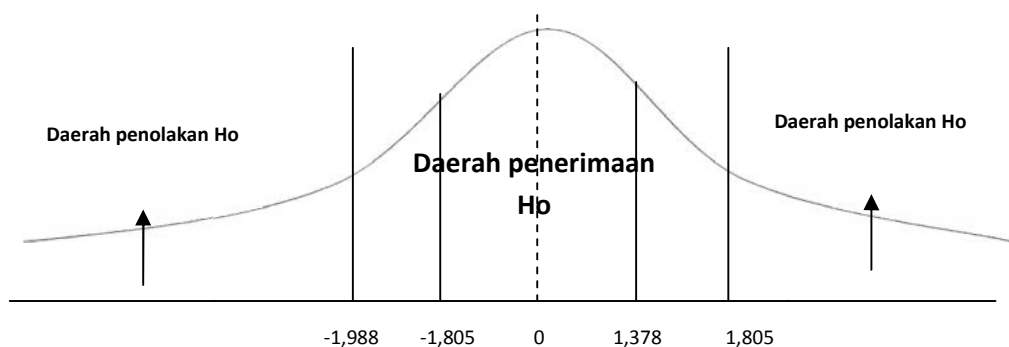
Variabel jadwal penyaluran memberikan pengaruh positif terhadap distribusi sebesar 1,805, artinya jika jadwal penyaluran meningkat 1 skor menyebabkan distribusi meningkat sebesar 1,805 skor. Evaluasi terhadap pengaruh jadwal penyaluran dilakukan melalui Uji-t, dengan menetapkan hipotesis :

Ho : $b_1 = 0$ (tidak terdapat pengaruh antara variabel jadwal penyaluran dengan distribusi)

Ha : $b_1 \neq 0$ (terdapat pengaruh antara variabel jadwal penyaluran dengan distribusi)

Dari tabel V.19 diketahui t_{hitung} sebesar 1,805. Nilai t_{tabel} pada *level of significant* 5% dan df sebesar 86 ($n-k-1$) adalah 1,988, sehingga dapat diketahui t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} ($1,988 > 1,805$), maka Ho diterima dan Ha ditolak, berarti tidak terdapat pengaruh nyata dan tidak signifikan secara statistik antara variabel jadwal penyaluran dengan distribusi.

Dapat digambarkan dalam kurva seperti di bawah ini :



Gambar 5.7

Gambar : Kurva Uji Dua Pihak

Ho diterima, Ha ditolak

Pendistribusian yang dilakukan oleh industri kecil Erika dalam menyalurkan produknya ke pelanggan mempunyai jadwal pengiriman yang rutin yang tujuannya adalah agar perputaran produk sesuai dengan produksi yang dilakukan oleh industri kecil. Jadwal pengiriman rutin dilakukan sebulan sekali pada setiap outlet, hal ini disebabkan daya tahan produk rendang tidak bertahan lama hanya bertahan dua bulan. Masa limit produk rendang dan dikurangi dengan waktu pendistribusian dan waktu produk rendang berada di gudang sebelum disalurkan, ini jelas waktu produk rendang di pasaran sangat singkat sekali. Untuk itulah perlu adanya jadwal waktu pengiriman yang tepat sesuai dengan kesepakatan antara industri kecil Erika dengan pengecer.

7. Pengujian Regresi Secara Serentak / Simultan (Uji F)

Untuk mengetahui hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen secara keseluruhan dengan menggunakan metode *statistic F-test*.

Langkah pengujiannya adalah :

- a. Menetapkan hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a), kemudian menghitung besarnya nilai F_{hitung} .
- b. Membandingkan nilai F_{hitung} yang telah diperoleh dengan nilai F_{tabel} pada *level of significance 5%*.

$H_0 : b_1 = b_2 = b_3 = 0$, berarti bahwa variabel X (pengangkutan / transportasi, pelayanan distribusi, standar waktu, geografis / kondisi jalan,

dan jadwal penyaluran) secara bersama-sama tidak terdapat berpengaruh, secara nyata dan berarti terhadap variabel Y (distribusi).

Ha : $b_1 \ b_2 \ b_3 \neq 0$, berarti bahwa variabel X (pengangkutan / transportasi, pelayanan distribusi, standar waktu, geografis / kondisi jalan, dan jadwal penyaluran) secara bersama-sama berpengaruh, secara nyata dan berarti terhadap variabel Y (distribusi).

Kriteria pengujian yang digunakan adalah :

Ho diterima bila : $F < F_{(n-k ; k-1)}$ F-tabel, atau signifikansi parsial pada kolom sig. $> level\ of\ significance$

Ho ditolak bila : $F > F_{(n-k ; k-1)}$ F-tabel, atau signifikansi parsial pada kolom sig. $< level\ of\ significance$.

Hasil pengujian regresi secara keseluruhan menggunakan program SPSS dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel V.20 : Analisis Varian (ANOVA)

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	934.165	5	186.833	68.282	.000 ^a
	Residual	235.314	86	2.736		
	Total	1169.478	91			

a. Predictors: (Constant), jdwal pelayanan, pengangkutan, standar waktu, geografis, pelayanan

b. Dependent Variable: distribusi

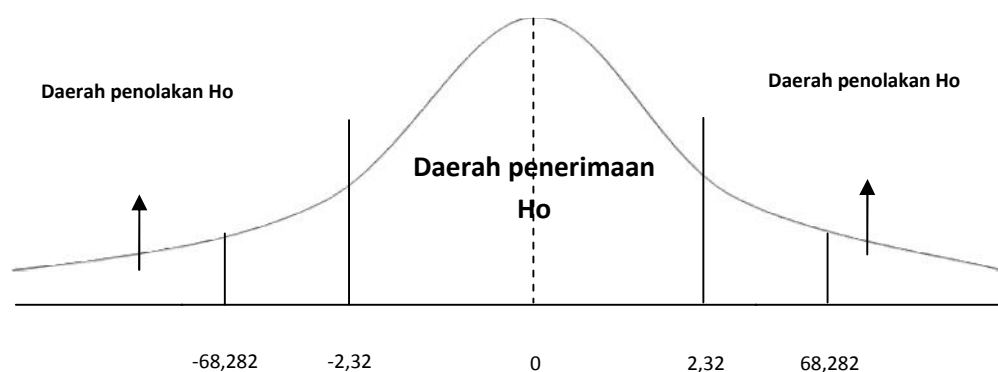
Sumber : Data Olahan Penelitian, 2012

Nilai F-hitung yang diperoleh dalam penelitian setelah diolah sebesar 68,282 sedangkan nilai F-tabel pada df pembilang $k = 5$ dan df penyebut $n-k-1 = 92 - 5 - 1 = 86$, serta signifikansi () 5% adalah sebesar 2,32 . Karena F-hitung lebih besar dari F-tabel ($68,282 > 2,32$) dan nilai tingkat probabilitas signifikansi $0,000 < 0,05$, yang artinya signifikan. Maka H_0 ditolak, hal ini berarti bahwa terdapat pengaruh yang kuat dan signifikan dari variabel X (pengangkutan / transportasi, pelayanan distribusi, standar waktu, geografis / kondisi jalan, dan jadwal penyaluran) secara serentak terhadap distribusi.

Hal ini berarti bahwa: hipotesis penelitian ini yang menyatakan bahwa : “diduga terdapat pengaruh antara pengangkutan, pelayanan distribusi, standar waktu, jadwal penyaluran, dan kondisi geografis secara simultan (bersama-sama) terhadap distribusi pada industri kecil Erika di Kota Payakumbuh Sumatera Barat” dapat diterima.

Dapat digambarkan dalam kurva seperti dibawah ini :

Gambar 5.8 : Kurva Uji Dua Pihak Uji-F



Kurva Uji Dua Pihak

H_0 ditolak, H_a diterima

Dengan ini dapat diketahui bahwa hipotesis yang diajukan terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel pengangkutan, pelayanan distribusi, standar waktu, jadwal penyaluran, dan kondisi geografis terhadap distribusi, bisa diterima.

BAB VI

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan serta analisis yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, maka pada bab ini penulis akan menarik kesimpulan dari hasil penelitian mengenai analisis distribusi keripik rendang telur pada industri kecil Erika di Kota Payakumbuh Sumatera Barat. Selain itu, penulis juga akan memberikan saran-saran sebagai implikasi dari hasil penelitian ini yang sekiranya dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan.

VI.1 KESIMPULAN

Adapun kesimpulan-kesimpulan yang dapat ditarik berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Melalui hasil teknik interval yang digunakan untuk mengetahui pendapat responden, dapat diketahui bahwa variabel pengangkutan / transportasi (X1), pelayanan distribusi (X2), dan standar waktu (X3), geografis / kondisi jalan (X4), dan jadwal penyaluran (X5) terbukti mempengaruhi distribusi pada industri kecil rendang telur Erika dalam mendistribusikan produk rendang telur. Untuk masing-masing variabel yang telah dilaksanakan oleh pihak industri kecil Erika, responden berpendapat bahwa kelima elemen telah berjalan kurang baik secara keseluruhan.
- b. Berdasarkan hasil teknik interval yang digunakan untuk mengetahui pendapat responden tentang distribusi yang berada pada kategori kurang baik, berarti mayoritas responden menyatakan bahwa distribusi yang telah

dilaksanakan industri kecil Erika selama ini masih kurang baik. Untuk indikator distribusi yaitu transportasi / pengangkutan dan standar waktu yang ditetapkan oleh pihak industri kecil Erika dinilai cukup baik namun belum maksimal dalam mendukung kelancaran proses distribusi yang dilakukan industri kecil. Sedangkan untuk ketiga indikator lainnya yaitu pelayanan, geografis / kondisi jalan, dan jadwal penyaluran yang dilakukan, dinilai oleh responden berjalan kurang baik. Oleh karena itu, secara keseluruhan, distribusi yang dilakukan industri kecil Erika dinilai kurang baik.

- c. Untuk mengetahui pengaruh pengangkutan / transportasi (X1), pelayanan distribusi (X2), standar waktu (X3), geografis / kondisi jalan (X4), dan jadwal penyaluran (X5) terhadap distribusi (Y), dapat dilihat dari hasil regresi linier berganda, uji - t, dan uji F.

Dari hasil analisis regresi linier berganda ditemukan bahwa pengangkutan / transportasi (X1), pelayanan distribusi (X2), standar waktu (X3), geografis / kondisi jalan (X4), dan jadwal penyaluran (X5) memiliki hubungan yang sangat kuat dan signifikan terhadap distribusi (Y). Dengan demikian, variabel X terbukti berpengaruh terhadap variabel Y (distribusi) pada industri kecil Erika.

Berdasarkan perhitungan Uji t (korelasi parsial), diketahui bahwa hanya variabel pengangkutan / transportasi (X1), standar waktu (X3), dan geografis / kondisi jalan (X4) yang mempunyai pengaruh secara parsial dan signifikan terhadap distribusi (Y). Sedangkan variabel pelayanan

distribusi (X2) dan jadwal penyaluran (X5) tidak berpengaruh secara parsial dan signifikan. Hal ini terlihat dari perolehan t_{hitung} variabel pengangkutan / transportasi (X1), standar waktu (X3), dan geografis / kondisi jalan (X4) yang lebih besar dari t_{tabel} , sedangkan t_{hitung} variabel pelayanan distribusi (X2) dan jadwal penyaluran (X5) lebih kecil dari t_{tabel} . Dari hasil Uji t tersebut, diketahui bahwa variabel pengangkutan / transportasi (X1) mempunyai pengaruh paling kuat terhadap distribusi (Y) pada industri kecil Erika dibandingkan variabel lainnya.

Dari hasil perhitungan Uji F, diketahui bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama (simultan) bahwa variabel-variabel pengangkutan / transportasi (X1), pelayanan distribusi (X2), standar waktu (X3), geografis / kondisi jalan (X4), dan jadwal penyaluran (X5) mempunyai pengaruh yang kuat dan signifikan terhadap distribusi (Y) pada industri kecil Erika. Dengan demikian, hipotesis dalam penelitian ini dapat diterima.

VI.2 SARAN

- a. Berdasarkan hasil analisis tentang distribusi, terbukti bahwa pengangkutan / transportasi (X1), pelayanan distribusi (X2), standar waktu (X3), geografis / kondisi jalan (X4), dan jadwal penyaluran (X5) memang merupakan komponen pembentuk distribusi pada industri kecil Erika di Kota Payakumbuh Sumatera Barat. Diharapkan kepada industri kecil Erika untuk tetap memperhatikan distribusi yang telah dilaksanakan, terutama memperhatikan pengangkutan / transportasi, standar waktu, dan kondisi

geografis dalam melakukan proses distribusi produk rendang telur kepada para pelanggan. Selain itu, industri kecil juga harus memperhatikan faktor pelayanan distribusi dalam melakukan proses distribusi agar faktor pelayanan distribusi ini tidak sampai mengganggu proses distribusi yang dilaksanakannya. Mengingat luasnya wilayah distribusi yang harus dilayani Erika yaitu sebanyak 9 daerah yang tersebar di Sumatera Barat, tentunya faktor pelayanan distribusi harus diutamakan demi kepuasan pelanggan serta jadwal penyaluran akan semakin berpengaruh erat dan kuat terhadap lancarnya kegiatan distribusi yang dilakukan industri kecil.

- b. Berdasarkan hasil penelitian, para responden menilai bahwa distribusi yang dilakukan oleh industri kecil Erika kurang baik secara keseluruhan, sehingga perlu diperhatikan secara lebih mendetail, terutama pelayanan distribusi yang telah dilakukan selama ini oleh industri kecil, masih dinilai belum maksimal, dan juga faktor geografis / kondisi jalan yang dinilai masih belum maksimal. Selain itu, jadwal penyaluran juga dinilai kurang baik. Hal ini tentunya harus menjadi perhatian utama bagi perusahaan dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan produk rendang telur demi tercapainya tujuan industri kecil.
- c. Sehubungan dengan fokus penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh pengangkutan / transportasi (X1), pelayanan distribusi (X2), standar waktu (X3), geografis / kondisi jalan (X4), dan jadwal penyaluran (X5) terhadap distribusi (Y), maka untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian lebih mendalam dan mencari

variabel-variabel lainnya yang memberikan pengaruh terhadap distribusi. Selain itu, juga diharapkan untuk penelitian selanjutnya, dapat juga mencari pengaruh pengangkutan / transportasi (X1), pelayanan distribusi (X2), standar waktu (X3), geografis / kondisi jalan (X4), dan jadwal penyaluran (X5) terhadap distribusi (Y) yang dilaksanakan dalam suatu perusahaan tetapi dalam konteks objek dan subjek yang berbeda sehingga nantinya akan dilihat letak persamaan dan perbedaannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, M Kwartono. 2007. *Analisis Usaha Kecil Dan Menengah*. Yogyakarta : Penerbit Andi.
- Alma, Buchari. 2007. *Pengantar Bisnis*, edisi revisi. Bandung : Penerbit Alfabeta.
- Angiopora, Marius. 2002. *Dasar-dasar Pemasaran*, edisi II. Jakarta : PT Raja Grafindo Perkasa.
- Aziz, Abdul. 2010. *Efektivitas Penerapan Saluran Distribusi Harian Pagi Malang Post di Malang Raya*. Skripsi. Tidak diterbitkan.
- Fatich, Achmad. 2008. *Pelaksanaan Saluran Distribusi yang Efektif dalam Upaya Peningkatan Volume Penjualan pada Perusahaan Kripik Tempe Abadi di Malang*. Skripsi. Tidak diterbitkan.
- Ghozali, Iman. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, edisi 3. Universitas Diponegoro.
- Griffin, Ricky G. dan Ronald J Erbert. 2006. *Bisnis Edisi Ketujuh*. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Jakfar, Kasmir. 2003. *Studi Kelayakan Bisnis*, edisi kedua. Jakarta : Gramedia.
- Kotler, Philip. 2000. *Principles of Marketing*. London : Prentice/Hall International, Inc.
- _____. 2005. *Manajemen Pemasaran (Analisis Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol)*. Alih bahasa Hendra Teguh, SE, AK. Dan Rony A. Rusli. Jakarta : Penerbit PT. Preahalindo.
- _____. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : PT. Indeks.
- Kotler, Philip, dan Gary Armstrong. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Penerbit Prenhalindo.
- Muawanah, Shofiatul. 2011. *Pengaruh Saluran Distribusi dan Bauran Promosi Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Kripik Buah di Kota Batu*. Skripsi. Tidak diterbitkan.

- Nitesemito, S. Alex. 2001. *Marketing*, edisi 4. Jakarta : Penerbit Ghalia Indonesia.
- Nurkholis, Siti. 2008. Strategi Distribusi Dodol UD Kemas di Kabupaten Bengkalis. Skripsi. Tidak Diterbitkan.
- Tjiptono, Fandy, Gregorius Chandra, dan Dedi Andriana. 2008. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta : CV Adi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2002. *Strategi Pemasaran*, edisi kedua. Yogyakarta: Penerbit Andy.
- Riduwan, dan Sunarto. 2007. *Pengantar Statistika*. Bandung : Alfabeta.
- Saladin, Djamil. 2003. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.
- Santosa, Budi Purbayu. 2005. *Analisis Statistik dengan Microsoft Excel dan SPSS*. Yogyakarta : Balia Offset.
- Santoso, Singgih. 2002. *Buku Latihan SPSS Statistik Parameter*. Jakarta : Elex Media Komputindo.
- Stoner, James AF. 2000. *Manajemen. Jilid 1 Edisi Bahasa Indonesia*. Jakarta : Penerbit Prenhalindo.
- Suharyadi dan Purwanto S.K. 2009. *Statistika Untuk Ekonomi dan Keuangan Modern*. Jakarta: PT. Salemba Empat.
- Sugiyono. 2004. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung : Penerbit Alfabeta.
- _____. 2008. *Statistika untuk Penelitian*. Bandung : CV Alfabeta.
- Swasta, Basu. 2001. *Azas-Azas Marketing*. Edisi Ketiga. Yogyakarta : Liberty.
- _____. 2003. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta : Penerbit Liberty.
- Swastha, Basu, dkk. 2002. *Azas-azas Marketing*, edisi ketiga. Yogyakarta : Penerbit Liberty.
- Umar, Husein. 2000. *Riset Strategi Perusahaan*. Yogyakarta : Penerbit Andi.