

PENGARUH PERSEDIAAN BARANG DAN SALURAN DISTRIBUSI TERHADAP VOLUME PENJUALAN PADA PT. EVERBRIGHT DI MEDAN

Septyan Nanda Simanjuntak¹, Ngatno Sahputra², Al Firah³

^{1,2,3}Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Dharmawangsa, Indonesia

Corresponding Email : alfirah41@dharmawangsa.ac.id

ABSTRAK- Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persediaan barang dan saluran distribusi terhadap volume penjualan pada PT. Everbright Medan. Populasi dan sample penelitian ini adalah semua data persediaan, saluran distribusi, dan volume penjualan terhitung tahun 2018 - 2022. Uji t variabel persediaan barang memiliki nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,733 > 1,679$) secara parsial ada pengaruh signifikan antara persediaan barang terhadap volume penjualan berarti H_a diterima (H_o ditolak). Variabel saluran distribusi memiliki nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,149 > 1,679$) secara parsial ada pengaruh signifikan antara saluran distribusi terhadap volume penjualan berarti H_a diterima (H_o ditolak). Uji F diketahui bahwa nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($33,138 \geq 3,204$) secara simultan ada pengaruh signifikan antara persediaan barang dan saluran distribusi terhadap volume penjualan. Berarti adanya hubungan searah dan nyata antara variabel bebas (persediaan barang dan saluran distribusi) terhadap variabel terikat (volume penjualan) secara bersamaan atau dengan kata lain, jika persediaan barang dan saluran distribusi ditingkatkan maka secara bersama-sama dapat pula meningkatkan volume penjualan.

Kata Kunci: *Persediaan Barang, Saluran Distribusi dan Volume Penjualan*

ABSTRACT - This research aims to determine the effect of inventory and distribution channels on sales volume at PT. Everbright Medan. The population and sample of this research is all data on inventory, distribution channels and sales volume as of 2018 - 2022. The t test for the inventory variable has a value of $t_{count} > t_{table}$ ($3.733 > 1.679$). Partially there is a significant influence between inventory of goods on sales volume, meaning H_a accepted (H_o rejected). The distribution channel variable has a value of $t_{count} > t_{table}$ ($3.149 > 1.679$). Partially there is a significant influence between distribution channels on sales volume, meaning that H_a is accepted (H_o is rejected). The F test shows that the value of $F_{count} > F_{table}$ ($33.138 > 3.204$) simultaneously has a significant influence between inventory and distribution channels on sales volume. This means that there is a unidirectional and real relationship between the independent variables (goods inventory

and distribution channels) and the dependent variable (sales volume) simultaneously or in other words, if the goods inventory and distribution channels are increased, together they can also increase sales volume.

Keywords: *Goods Inventory, Distribution Channels and Sales Volume*

PENDAHULUAN

Persediaan sebagai aktiva lancar yang memiliki resiko cukup tinggi (resiko fisik atau resiko keuangan). Pengawasan sistem dengan prosuder standar dapat memonitor segala tahapan proses produksi untuk menjamin kualitas produksi yang baik. Masalah persediaan barang seperti pemesanan minimal/ maksimal, persediaan barang yang *overload*, adanya kendala saluran distribusi untuk memeriksa inventaris yang belum rapi, lambatnya transportasi distribusi, data stok yang tidak akurat sehingga dapat menimbulkan masalah volume penjualan yang tidak signifikannya.

Tabel 1. Data Penjualan Perusahaan

| Tahun | Penjualan |
|-------|------------|
| 2018 | Rp 6.11 M |
| 2019 | Rp 7.52 M |
| 2020 | Rp 9.47 M |
| 2021 | Rp 12.38 M |
| 2022 | Rp 15.81 M |

Sumber : PT. Everbright di Medan (2023)

Berdasarkan tabel di atas, adanya fenomena yang ditemukan adalah adanya masalah persediaan barang yaitu kualitas barang yang kurang baik, tidak ditentukannya minimal maksimal order serta *overload* persediaan barang. Sedangkan kendala saluran distribusi adalah pelacakan inventaris yang belum rapi dilakukan, lambatnya transportasi pengiriman, data stok tidak akurat. Sedangkan masalah mengenai volume penjualan adalah tidak signifikannya kenaikan volume penjualan. Semakin banyak konsumen yang

menginginkan produk, secara otomatis akan berdampak pada peningkatan volume penjualan sehingga kepuasan konsumen terpenuhi dengan baik.

KAJIAN TEORI

Volume Penjualan

Soemohadiwidjojo (2017:61), volume penjualan adalah jumlah produk yang terjual dalam jangka waktu tertentu yang bertujuan untuk mencapai keuntungan sesuai jenis barang yang akan dijual.

Suprpto dan Zaki (2020:90), beberapa faktor yang mempengaruhi penjualan, adalah kemampuan penjual (transaksi jual beli secara komersial barang/ jasa melibatkan penjual dan pembeli), kondisi pasar (jenis pasar, daya beli, frekuensi pembelian, keinginan dan kebutuhan), modal dan kondisi perusahaan (keterbatasan jumlah tenaga kerja, sistem organisasinya, sarana, masalah penjualan).

Kotler (2013: 60), cara meningkatkan volume penjualan, yaitu : memajang produk dengan menarik sehingga konsumen melihatnya, menempatkan dengan *layout* yang rapih dan teratur, menganalisa pasar, menentukan calon konsumen yang potensial, mengadakan pameran, dan mengadakan discount atau potongan harga.

Persediaan

Jacobs dan Chase (2016: 26), terjemahan Liza Nurbani, Persediaan sebagai aset terbesar dalam laporan posisi keuangan yang sulit untuk diuangkan untuk menjaga tingkat persediaan tetap rendah dan melakukan kegiatan produksi/ operasional.

Heizer dan Render (2015: 19-20), manajemen persediaan bertujuan menentukan keseimbangan antara investasi persediaan dan kepuasan konsumen yang memiliki berbagai fungsi yang diharapkan dapat menambah fleksibilitas operasi perusahaan meliputi memberikan lebih banyak pilihan barang untuk mengantisipasi permintaan pelanggan, memisahkan beberapa tahapan dari proses produksi, mengambil keuntungan dari potongan jumlah dan menghindari tingkat inflasi yang tinggi serta adanya kenaikan harga

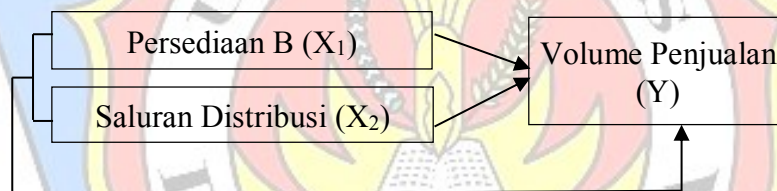
Saluran Distribibusi

Tjiptono (2014:295), saluran distribusi merupakan serangkaian partisipan organisasional yang melakukan semua fungsi yang dibutuhkan untuk menyampaikan produk/jasa dari penjual ke pembeli akhir.

Effendi (2016 : 172), saluran distribusi terdiri dari serangkaian kegiatan yang digunakan untuk menyalurkan produk dan status pemilikannya dari produsen ke konsumen.

Lamb (2016: 25), indikator saluran distribusi yaitu :

1. Tempat, yaitu posisi di mana saluran distribusi dilakukan
2. Waktu, yaitu proses melakukan saluran distribusi
3. Bentuk, yaitu bagaimana bentuk saluran distribusi dilakukan



Gambar 1 Kerangka Pemikiran

H₀:Persediaan barang tidak berpengaruh terhadap volume penjualan pada PT. Everbright Medan

H₁: Persediaan barang berpengaruh terhadap volume penjualan pada PT. Everbright Medan

H₀: Saluran distribusi tidak berpengaruh terhadap volume penjualan pada PT. Everbright Medan

H₂: Saluran distribusi berpengaruh terhadap volume penjualan pada PT. Everbright Medan

H₀: Persediaan barang dan saluran distribusi secara simultan tidak berpengaruh terhadap volume penjualan pada PT. Everbright Medan

H₃: Persediaan barang dan saluran distribusi secara simultan berpengaruh terhadap volume penjualan pada PT. Everbright Medan

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan pada PT. Everbright Medanyang beralamat di Jl. Razak No.7, Sekip, Kec. Medan Petisah, Kota Medan, Sumatera Utara 20113. Populasi dan sampel penelitian ini adalah data persediaan barang, saluran distribusi, dan volume penjualan terhitung Tahun 2018-2022. Teknik pengumpulan data : wawancara (*interview*), pengamatan (*observasi*), literatur buku, dokumentasi. Data yang digunakan adalah data primer.

Tabel 2. Definisi Operasional Variabel

| No. | Variabel | Definisi | Indikator | Skala |
|-----|--------------------|---|---|--------|
| X1 | Persediaan barang | Barang yang disimpan untuk digunakan perusahaan dalam proses produksi sebagai suku cadang dari peralatan/ mesin yang dijual kembali. Herjanto (2015: 31) | 1. Jumlah barang masuk 2. Jumlah barang keluar 3. Stok barang Heizer & Render (2015: 20) | Likert |
| X2 | Saluran distribusi | Fungsi yang dibutuhkan untuk menyalurkan produk/jasa dari penjual ke pembeli. Tjiptono (2014:295) | 1. Tempat 2. Waktu 3. Bentuk Lamb (2016: 25), | Likert |
| Y | Volume penjualan | Jumlah barang yang terjual dalam jangka waktu tertentu melalui strategi pelayanan yang baik Kotler (2013: 59) | 1. Jumlah Penjualan 2. Mendapatkan Laba 3. Pertumbuhan Perusahaan Kotler dan Keller (2016: 46) | Likert |

HASIL PENELITIAN**Tabel 3. Karakteristik Responden**

| No | Faktor Demografi | | Jumlah | % |
|----|---------------------|---------------|-------------|-------------|
| 1 | Jenis Kelamin | Laki-laki | 23 | 47,92% |
| | | Perempuan | 25 | 52,08% |
| | | Jumlah | 48 | 100% |
| 2 | Usia | 19-29 tahun | 21 | 43,75% |
| | | 30-40 tahun | 19 | 39,58% |
| | | 41-51 tahun | 8 | 16,67% |
| | | Jumlah | 48 | 100% |
| 3 | Pendidikan Terakhir | SMA | 27 | 56,25% |
| | | D-3 | 17 | 35,42% |
| | | S-1 | 4 | 8,33% |
| | Jumlah | 48 | 100% | |

Sumber: Hasil Penelitian Data (2023)

Tabel 4. Uji Validitas

| Variabel | Pernyataan | R _{hitung} | R _{table} | Ket |
|-------------------|------------|---------------------|--------------------|-------|
| Volume Penjualan | 1 | .541 | .240 | Valid |
| | 2 | .621 | .240 | Valid |
| | 3 | .539 | .240 | Valid |
| | 4 | .606 | .240 | Valid |
| | 5 | .673 | .240 | Valid |
| | 6 | .621 | .240 | Valid |
| Persediaan Barang | 1 | .644 | .240 | Valid |
| | 2 | .722 | .240 | Valid |
| | 3 | .652 | .240 | Valid |
| | 4 | .734 | .240 | Valid |
| | 5 | .721 | .240 | Valid |

| | | | | |
|-----------------------|---|------|------|-------|
| | 6 | .717 | .240 | Valid |
| Saluran Distribusi | 1 | .782 | .240 | Valid |
| | 2 | .828 | .240 | Valid |
| | 3 | .797 | .240 | Valid |
| | 4 | .820 | .240 | Valid |
| | 5 | .815 | .240 | Valid |
| | 6 | .778 | .240 | Valid |

Sumber: Data Diolah (2023)

Berdasarkan tabel di atas, nilai alpha 0,05 dan $df = N - 2 = 48 - 2 = 46$, maka diperoleh nilai r_{tabel} sebesar 0,240 dengan hasil probabilitas sebagai berikut :

Variable volume penjualan dinyatakan valid karena nilai Total Correlation $> 0,240$

Variable persediaan barang dinyatakan valid karena nilai Total Correlation $> 0,240$

Variable saluran distribusi dinyatakan valid karena nilai Total Correlation $> 0,240$

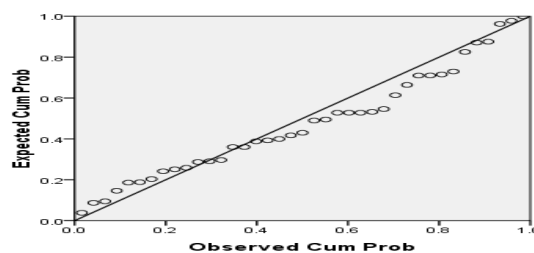
Tabel 5. Uji Reliabilitas

| Variabel | N | Cronbach's Alpha | Keterangan |
|--------------------|---|------------------|------------|
| Volume Penjualan | 6 | 0,831 | Reliabel |
| Persediaan Barang | 6 | 0,726 | Reliabel |
| Saluran Distribusi | 6 | 0,711 | Reliabel |

Sumber : Data Diolah (2023)

Berdasarkan tabel di atas, nilai koefisien (*Cronbach's Alpha*) untuk variable Persediaan Barang (X1) sebesar $0,831 > 0,600$, variabel Saluran Distribusi (X2) sebesar $0,726 > 0,600$ dan variabel Volume Penjualan (Y) sebesar $0,711 > 0,60$. Dengan demikian dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan seluruh variabel adalah *reliable* (layak).

Grafik Normalitas Data



Sumber: Data Diolah (2023)

Dari gambar di atas diketahui bahwa sebaran data berada di sekitar garis diagonal. Dengan demikian data tersebut berdistribusi normal.

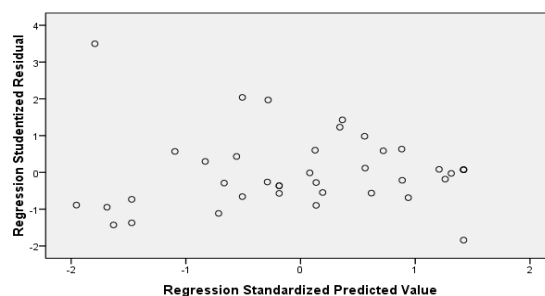
Tabel 6. Uji Multikolinieritas

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. | Collinearity Statistics | |
|-------|-----------------------------|------------|---------------------------|------|-------|-------------------------|------------|
| | B | Std. Error | Beta | | | Tol | VIF |
| 1 | (Constant) | 10.150 | 5.374 | | 1.889 | .067 | |
| | Persediaan Barang | .260 | .146 | .290 | 2.380 | .000 | .508 1.970 |
| | Saluran Distribusi | .530 | .179 | .484 | 2.968 | .005 | .508 1.970 |

a. Dependent Variable: Y - Volume penjualan

Sumber: Data Diolah (2023)

Dari data di atas dapat dilihat bahwa nilai Tolerance > 0,10 atau nilai VIF < 10. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak adanya multikolinieritas pada variabel-variabel independen tersebut.



Gambar Pengujian Heteroskedastisitas

Sumber: Data Diolah (2023)

Gambar di atas memperlihatkan titik-titik menyebar secara acak dan tidak membentuk suatu pola tertentu yang jelas serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka nol pada sumbu Y, hal ini berarti tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak dipakai untuk variabel independen maupun variabel bebasnya.

Tabel 7. Hasil Regresi Linier Berganda

| Coefficients ^a | | | | | | | | |
|---|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|-------------------------|-------|
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. | Collinearity Statistics | |
| | | B | Std. Error | Beta | | | Tol | VIF |
| 1 | (Constant) | 2.174 | 2.916 | | .746 | .460 | | |
| | Persediaan Barang | .537 | .144 | .462 | 3.733 | .001 | .588 | 1.702 |
| | Saluran Distribusi | .420 | .133 | .389 | 3.149 | .003 | .588 | 1.702 |
| a. Dependent Variable: Y Volume Penjualan | | | | | | | | |

Sumber : Data Diolah (2023)

Model persamaan regresinya adalah : $Y = 2,174 + 0,537X_1 + 0,420X_2$.

Y : Volume penjualan

X₁ : Persediaan barang

X₂ : Saluran distribusi

Penjelasan :

1. Variabel persediaan barang dan saluran distribusi mempunyai arah koefisien yang bertanda positif terhadap volume penjualan .
2. Koefisien persediaan barang memberikan nilai sebesar 0,537 yang berarti bahwa semakin baik persediaan barang maka volume penjualan akan semakin meningkat sebesar 26%.
3. Koefisien Saluran distribusi memberikan nilai sebesar 0,420 yang berarti bahwa semakin baik Saluran distribusi maka volume penjualan akan meningkat sebesar 53%.

Tabel 8. Uji t

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. | Collinearity Statistics | |
|-------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|------|------|-------------------------|-----|
| | | B | Std. Error | Beta | | | Tol | VIF |
| 1 | (Constant) | 2.174 | 2.916 | | .746 | .460 | | |

| | | | | | | | |
|---|------|------|------|-------|------|------|-------|
| Persediaan Barang | .537 | .144 | .462 | 3.733 | .001 | .588 | 1.702 |
| Saluran Distribusi | .420 | .133 | .389 | 3.149 | .003 | .588 | 1.702 |
| a. Dependent Variable: Y Volume Penjualan | | | | | | | |

Sumber: Data diolah dengan menggunakan SPSS (2023)

Dari data di atas dan pengolahan SPSS dapat diketahui:

Berdasarkan uji t, maka diperoleh :

1. Secara parsial pengaruh antara persediaan barang terhadap volume penjualan diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,733 > 1,679$) dengan taraf signifikan $0,00 < 0,05$ maka H_a diterima (H_o ditolak) berarti adanya pengaruh yang signifikan antara persediaan barang terhadap volume penjualan .
2. Secara parsial pengaruh antara saluran distribusi terhadap volume penjualan diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,149 > 1,679$) dengan taraf signifikan $0,00 < 0,05$ maka H_a diterima (H_o ditolak) berarti adanya pengaruh yang signifikan antara saluran distribusi terhadap volume penjualan.

Tabel 9. Uji F

| Model | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. | |
|--|----------------|---------|-------------|---------|--------|-------------------|
| 1 | Regression | 463.564 | 2 | 231.782 | 33.138 | .000 ^a |
| | Residual | 314.749 | 45 | 6.994 | | |
| | Total | 778.313 | 47 | | | |
| a. Predictors: (Constant), X2 Saluran Distribusi, X1 Persediaan Barang | | | | | | |
| b. Dependent Variable: Y Volume Penjualan | | | | | | |

Sumber : Data diolah dengan menggunakan SPSS (2023)

Berdasarkan tabel di atas diketahui nilai $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ ($33,138 \geq 3,204$) artinya H_o ditolak sehingga disimpulkan bahwa ada pengaruh signifikan antara persediaan barang dan saluran distribusi terhadap volume penjualan .

Tabel 10. Uji Determinasi

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|--|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | .772 ^a | .596 | .578 | 2.64470 |
| a. Predictors: (Constant), X2 Saluran Distribusi, X1 Persediaan Barang | | | | |
| b. Dependent Variable: Y Volume Penjualan | | | | |

Sumber: Data diolah dengan menggunakan SPSS (2023)

Berdasarkan tabel di atas diketahui koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 0,596 berarti 59,6% variasi variabel volume penjualan (Y) ditentukan oleh kedua variabel independen (persediaan barang dan saluran distribusi) sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

PEMBAHASAN

Pengaruh Persediaan Barang (X1) terhadap Volume penjualan (Y)

Berdasarkan uji t, secara parsial pengaruh antara persediaan barang terhadap volume penjualan diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,733 > 1,679$) dengan taraf signifikan $0,00 < 0,05$ maka H_a diterima (H_o ditolak) berarti adanya pengaruh yang signifikan antara persediaan barang terhadap volume penjualan.

Pengaruh Saluran distribusi (X2) terhadap Volume penjualan (Y)

Berdasarkan uji t, secara parsial pengaruh antara saluran distribusi terhadap volume penjualan diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,149 > 1,679$) dengan taraf signifikan $0,00 < 0,05$ maka H_a diterima (H_o ditolak) berarti adanya pengaruh yang signifikan antara saluran distribusi terhadap volume penjualan .

Pengaruh Persediaan barang dan Saluran distribusi terhadap Volume penjualan

Berdasarkan uji F diketahui $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ ($33,138 \geq 3,204$) H_a diterima (H_o ditolak) sehingga adanya pengaruh positif dan signifikan antara persediaan barang dan distribusi terhadap volume penjualan. Ada pengaruh atau hubungan yang searah dan nyata antara

variabel bebas (persediaan barang dan Saluran distribusi) terhadap variabel terikat (volume penjualan) secara bersamaan atau dengan kata lain, jika persediaan barang (X_1) dan Saluran distribusi (X_2) ditingkatkan maka secara bersama-sama dapat meningkatkan volume penjualan (Y).

SIMPULAN

1. Adanya pengaruh persediaan barang terhadap volume penjualan pada PT. Everbright Medan dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,733 > 1,679$).
2. Adanya pengaruh Saluran distribusi terhadap volume penjualan pada PT. Everbright Medan dengan diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,149 > 1,679$).
3. Adanya pengaruh persediaan barang dan Saluran distribusi terhadap volume penjualan pada PT. Everbright Medan dengan $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ ($33,138 \geq 3,204$).

DAFTAR PUSTAKA

- Heizer, Jay., & Render, Barry. (2015), *Manajemen Operasi : Manajemen Keberlangsungan dan Rantai Pasokan* (11th ed). Salemba Empat.
- Herjanto, Eddy, 2015, *Manajemen Operasi*, Jakarta: Grasindo
- Jacobs, F. Robert dan Chase, Richard B. 2016, *Manajemen Operasi dan Rantai Pasokan* (terjemahan Liza Nurbani), Jakarta: Jakarta
- Kotler, Philip. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia
- Effendi, Usman. 2016. *Psikologi Konsumen*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Tjiptono, Fandy. 2014, *Strategi Pemasaran*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Soemohadwidjojo, Arini, T. 2017. *KPI Key Performanve Indicator untuk Perusahaan Industri*. Jakarta: Raih Asa Sukses.
- Suprpto, Rifqi dan Zaky Wahyuddin Azizi. 2020. *Buku Ajar Manajemen Pemasaran*. Ponorogo: Myria Publisher.