

## **Pengaruh Saluran Distribusi Madu Tresno Joyo terhadap Volume Penjualan pada PT. Mensa Bina Sukses Makassar**

**Muhammad Amir<sup>1</sup>, A. Tendean<sup>2</sup>, Muh. Yogi Indrawan<sup>3</sup> Megawati Artiyany<sup>4</sup>**

<sup>1,2,3,4</sup>STIE Tri Dharma Nusantara Makassar

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh saluran distribusi terhadap Volume penjualan Madu Tresno joyo pada PT. Mensa Bina Sukses Makassar. Jenis data yang digunakan adalah data kuantitatif dan data kualitatif. Sumber data yang digunakan yaitu data primer dan sekunder. Metode analisis yang digunakan adalah deskriptif, yaitu data yang diperoleh di lapangan diolah dengan perhitungan statistik dengan analisis regresi sederhana, koefisien korelasi ( $r$ ), koefisien determinasi ( $r^2$ ) dan uji-t. Dari hasil perhitungan diperoleh nilai  $Y = 11,42 + 0.69X$ , sedangkan nilai koefisien korelasi ( $r$ ) sebesar 0,66 dan koefisien determinasi ( $r^2$ ) sebesar 43,56% serta hasil perhitungan uji-t dimana  $t$ - hitung  $>$   $t$ -tabel yaitu  $6,112 > 1,6772$ , hal ini menyatakan bahwa benar terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Saluran Distribusi terhadap Volume penjualan pada PT. Mensa Bina Sukses cabang Makassar

Kata kunci : Saluran distribusi, volume penjualan

Copyright (c) 2023 Muhammad Amir

---

✉ Corresponding author :

Email Address : [muh.amir934934@gmail.com](mailto:muh.amir934934@gmail.com)

### **PENDAHULUAN**

Perkembangan teknologi, globalisasi semakin ketatnya persaingan merupakan tantangan berat bagi perusahaan apalagi di zaman serba modern ini berbagai bidang dapat dimasuki perusahaan, perusahaan mesti melakukan strategi pemasaran yang tepat. Sehingga bisa menghadapi persaingan maka perusahaan mesti melaksanakan usaha kegiatan pemasaran dengan berusaha menyediakan kebutuhan konsumen. Kegiatan pemasaran bukan hanya menyampaikan produk kepada konsumen, namun bagaimana membuat konsumen tertarik dan menggunakan produk tersebut dalam aktivitasnya. Semakin banyaknya persaingan, banyak perusahaan baru yang bergerak di produk sejenis ingin menggeser posisi dari perusahaan yang sudah ada supaya produk di perusahaan baru bisa cepat diterima pasar.

Dalam hal ini, peneliti akan lebih fokus terhadap strategi pemasaran dari segi saluran distribusi. Karena adanya saluran distribusi pada perusahaan bisa meningkatkan kapasitas volume penjualan demi mendapatkan keuntungan yang lebih maksimal. Jika tidak adanya kegiatan saluran distribusi maka produk yang dijual dari perusahaan tersebut akan kurang dikenali konsumen yang akan berdampak pada hasil penjualan perusahaan, perusahaan mesti bijak dalam memilih saluran distribusi. Dapat dibayangkan apabila suatu produk yang dihasilkan tidak terdistribusi secara

merata yang akan membuat konsumen mengalami kesulitan dalam mendapatkan produk itu. Syarat lain yang tidak boleh diabaikan oleh produsen adalah tersedianya produk agar setiap saat dibutuhkan oleh konsumen yang bersangkutan dapat diperoleh dengan mudah dan cepat. Perusahaan perlu menekan pentingnya saluran distribusi mengingat bahwa cara ini dapat digunakan dan berfungsi sebagai tolak ukur kemampuan pemasaran di berbagai unit pemasaran tersebut. Ada salah satu strategi yang mesti di gunakan oleh perusahaan, Salah satu strategi yang digunakan perusahaan adalah menggunakan agen dan distributor untuk pendistribusian produk mereka. Setelah perusahaan menyediakan produknya dan menetapkan tempat yang tepat yang dapat di jangkau oleh para pelanggan. Demikian pula PT. Mensa Bina sukses salah satu perusahaan yang bergerak di bidang distribusi obat-obatan farmasi menjadi distributor salah satu principal PT.Ultra sakti dengan menjual produk-produk unggulannya yaitu, Fresh care, Madu TJ, Hotin Cream berbagai macam produk farmasi (OTC) Over- The-Control yang dapat di jual bebas di masyarakat.

Menurut Mikael Hang Suryanto (2016 : 2) Dalam kegiatan manufaktur, Distribusi memegang peranan penting dalam menjamin produk yang dipasarkan supaya produk tersebut tersedia secara merata disetiap wilayah. Dapat dibayangkan apabila suatu produk yang dihasilkan tidak terdistribusi secara merata yang akan membuat masyarakat mengalami kesulitan dalam mendapatkan produk itu. Kebanyakan perusahaan manufaktur yang sedang mengalami pertumbuhan memanfaatkan agen dan distributor untuk pendistribusian produk mereka. Cara ini lebih efektif dan dapat mengurangi biaya distribusi yang tinggi jika mendirikan cabang sendiri.

Pemasaran harus dilakukan secara cermat dan terencana. Upaya ini bukanlah hal yang mudah mengingat begitu banyak pesaing-pesaing baru bermunculan khususnya di daerah pemasaran perusahaan selama ini. Dengan. Oleh karena itu perusahaan mesti meningkatkan sistem pemasarannya yang lebih efektif dan juga mencari peluang untuk memasuki daerah pemasaran yang baru. Salah satu strategi pemasaran yang efektif adalah Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Dalam usaha penjualan barang atau jasa dari produsen ke konsumen. Bauran pemasaran merupakan konsep utama dalam pemasaran modern.

Dengan menerapkan Bauran pemasaran diyakini akan memainkan peran penting dalam meningkatkan kegiatan ekonomi perusahaan dan meningkatkan standar mutu perusahaan, Saluran distribusi pada dasarnya merupakan suatu cara menyusun pekerjaan yang perlu dilaksanakan mulai dari proses pemindahan barang-barang dari produsen ke konsumen, yang tujuannya untuk menghubungkan antara produsen ke konsumen dan orang-orang yang membutuhkan barang tersebut.

Tujuan dari kegiatan saluran distribusi barang yang dijalankan oleh perusahaan tidak lain untuk memudahkan konsumen sehingga dapat dengan mudah memenuhi kebutuhannya. Berikut ini beberapa contoh penelitian terdahulu.

## **METODOLOGI**

Penelitian deskriptif digunakan dalam penelitian ini, yang dapat meringkas atau memberikan gambaran tentang penelitian, tetapi tidak digunakan untuk mengevaluasi lapangan secara keseluruhan. Penggunaan metode kuantitatif

berdasarkan filosofi positivisme untuk mempelajari sampel tertentu dan menguji hipotesis yang telah ditentukan sebelumnya; data dikumpulkan dengan menggunakan instrumen penelitian dan pengolahan data bersifat kuantitatif atau statistik. Dalam penelitian kuantitatif, sampel acak sering digunakan untuk menggeneralisasikan hasil kepada masyarakat sebanyak 33 orang. (Sugiyono, 2019).

#### A. Metode Pengumpulan dan Analisis Data

Menggunakan perangkat lunak SmartPLS 3.0, analisis model persamaan struktural (SEM) digunakan untuk menguji hubungan sebab akibat, dan total 100 peserta direkrut menggunakan strategi sampling purposive. Metode penelitian adalah pengumpulan data melalui kuesioner. Menurut Sugiyono (2019:199), kuesioner adalah metode pengumpulan data dimana responden diberikan daftar pertanyaan atau pernyataan tertulis untuk dijawab. Pelanggan yang berbelanja di Zalora diminta mengisi kuesioner untuk penelitian ini.

#### B. Alat Ukur Variabel dan Skala Fungsional

Sebelum menganalisis data, peneliti menilai variabel fungsional dengan menggunakan skala Likert. Skala Likert mengukur sikap, pendapat, dan persepsi individu atau kelompok tentang fenomena sosial. Setiap pertanyaan dalam kuesioner memiliki lima pilihan mulai dari 1 (sangat tidak setuju) hingga 5 (sangat setuju) (Sugiyono, 2019:13). Variabel operasional adalah teknik untuk memecah variabel masalah penelitian menjadi komponen yang lebih kecil, memungkinkan pemahaman yang lebih baik tentang hierarki masalah. Variabel, di sisi lain, adalah apa yang peneliti pilih untuk diselidiki untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentangnya dan menarik kesimpulan dari data. Variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: kualitas pelayanan dan kepercayaan konsumen sebagai variabel bebas, keputusan pembelian sebagai variabel perantara, dan kepuasan pelanggan sebagai variabel terikat.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Karakter Responden

Pada bab ini membahas mengenai uraian dari analisis data yang diperoleh dari data primer dan data sekunder dalam penelitian pada PT. Mensa Bina Sukses Makassar wilayah penelitian area Makassar. Data primer penelitian ini adalah hasil kuesioner yang disebar pada 33 orang. Data tersebut merupakan data pokok dimana analisisnya ditunjang oleh data-data sekunder yang diperoleh dari hasil observasi lapangan dan beberapa sumber pustaka untuk memperkuat dan mendalami hasil dari analisis tersebut. Peneliti menggunakan responden berdasarkan jenis kelamin, berdasarkan tingkat pendidikan, berdasarkan tingkat usia dan berdasarkan wilayah penelitian. Untuk jelasnya tabel dapat dilihat pada penjelasan tiap karakteristik responden di bawah ini.

### Berdasarkan jenis kelamin

Adapun karakteristik berdasarkan jenis kelamin responden yang ada pada PT. Mensa Bina Sukses, untuk wilayah penelitian Makassar jawaban responden atas sejumlah pertanyaan yang diajukan melalui kuesioner akan dijelaskan dalam tabel rincian di bawah ini :

Tabel 1. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.

No	Jenis kelamin	Jumlah responden (orang)	Persentase(%)
1	Perempuan	17	51,6
2	Laki-laki	16	48,4

Jumlah	33	100
--------	----	-----

Sumber : Data olah, 2021

Berdasarkan tabel 1 di atas, maka diperoleh data dari 33 orang responden pada PT. Mensa bina sukses Makassar wilayah penelitian Makassar bahwa jumlah responden berjenis kelamin perempuan sebanyak tujuh belas orang responden atau sebesar 51,6 % dari jumlah responden keseluruhan. Sedangkan responden laki-laki sebanyak enam belas orang responden atau sebesar 48,4% dari jumlah keseluruhan responden. Dalam dunia penjualan produk farmasi peminat paling banyak adalah laki-laki, dalam penelitian ini telah dibuktikan dari jumlah responden perempuan lebih banyak dibanding laki-laki

**Berdasarkan pendidikan**

Berdasarkan karakteristik pendidikan yang dimiliki oleh responden menunjukkan bahwa pengetahuan dan daya pikir yang dimiliki oleh tiap-tiap responden pada PT. Mensa Bina Sukses Makassar wilayah Penelitian, Makassar, sangat berbeda-beda oleh karena itu dalam penelitian berdasarkan pendidikan dikelompokkan menjadi empat bagian yaitu SMP, SMA, D3, dan S1, untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 2. Karakteristik responden berdasarkan

No.	Tingkat pendidikan	Jumlah responden	Persentase (%)
1	SMP	2	6,1
2	SMA	13	39,4
3	D3	7	21,2
4	S1	11	33,3
Jumlah		33	100

Sumber : Data diolah, 2021

Dari hasil tabel di atas, maka dapat dilihat bahwa komposisi pendidikan terakhir yang pada jenjang pendidikan SMP terdapat 2 orang responden dengan persentase 6,1%, untuk jenjang pendidikan SMA terdapat 13 orang responden atau dipresentasikan sekitar 39,4%, sedangkan untuk lulusan D,3 terdapat 7 orang responden yang persentasenya menjadi 21,2% pada jenjang pendidikan SMA menempati posisi jumlah responden yang paling banyak di antaranya yang lain.

Jenjang pendidikan S1 hanya terdapat 11 orang responden dengan persentase 33,3%. Dan responden paling sedikit berdasarkan tingkat pendidikannya adalah tingkat SMP.

**Berdasarkan tingkat usia**

Berdasarkan tingkatan usia pada responden yang diteliti oleh peneliti dimana tingkat usia yang berbeda-beda pada pelanggan PT. Mensa Bina Sukses Makassar, maka dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 3. Karakteristik responden berdasarkan tingkat usia

No	Usia (Tahun)	Jumlah responden	Presentase (%)
1	20 – 25	10	30,3
2	26 – 30	18	54,6
3	31 – 35	5	15,1
		33	100

Sumber : Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel tersebut di atas, maka dapat dilihat jumlah responden yang diambil menunjukkan bahwa rentang usia 20-25 tahun sebanyak 10 responden dengan persentase sebesar 30,3% dan rentang usia 26-30 tahun sebanyak 18 responden dengan persentase sebesar 54,6%, sedangkan rentang usia 31-35 tahun sebanyak 5 responden dengan persentase sebesar 15,1% sehingga dapat dilihat bahwa rentang usia 26-30 adalah usia dominan, hal ini

disebabkan karena konsumen bisnis yang dilayani merupakan masa-masa produktif dalam menjalankan masa-masa produktif dalam menjalankan bisnis terkini. Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden terdapat pada rentang usia 31-35 tahun dengan banyaknya jumlah responden yang di dapat adalah 5 orang responden atau 15,1% dari jumlah keseluruhan responden yang diambil, sedangkan persentase 30,30% terdapat pada rentang usia 25-35 tahun dan 46-60 tahun atau sebanyak 10 orang responden. Sedangkan persentase 9,09% terdapat pada wilayah pangkep responden hanya 3 orang.

Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Tabel 4. Berdasarkan Jenis Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah responden	Persentase (%)
1	Karyawan swasta	18	54,5
2	Wiraswasta	7	21,2
3	TNI	3	9,1
4	Polri	3	9,1
5	Pns	2	6,1
	Jumlah	33	100

Sumber : Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel di atas maka dapat diketahui untuk skor ideal adalah  $5 \times 33 = 165$ , sedangkan untuk skor ideal persentase (%) adalah skor aktual dibagi dengan skor ideal dikalikan dengan 100 %, maka dapat dilihat penjelasan dari setiap jawaban yang diberikan oleh responden terhadap pernyataan yang dibagikan oleh peneliti :

1. Pada Pernyataan pertama, rata-rata responden memberikan jawaban SB dengan nilai bobot 5 dengan jumlah skor 90 point dan hasil akumulasi yang diperoleh sebesar 143 poin dengan tingkat persentase sebesar 86.6% termasuk dalam kategori sangat baik. Ini menunjukkan bahwa PT.Mensa Bina Sukses mempunyai sistem jaringan transportasi yang mumpuni atau bisa diandalkan.
  2. Pada pernyataan kedua, PT. Mensa Bina Sukses memiliki area distribusi produk yang mampu dijangkau konsumen, dimana rata-rata responden memberikan jawaban SB dengan bobot nilai point 90 dan skor akumulasi sebesar 144 point atau setara dengan 87,2% dan termasuk dalam kategori sangat baik. Dalam hal area distribusi mudah dijangkau
  3. Pernyataan ketiga, rata-rata respon memberikan jawaban SB dengan nilai bobot 5 dengan jumlah bobot nilai yang didapat 80 point dan jumlah skor akumulasi sebesar 137 point atau dengan besaran persentase yang diperoleh sebesar 83% dan termasuk dalam kategori baik
  4. Pernyataan keempat, responden memberikan jawaban SB memiliki jumlah sebanyak 13 responden, dengan nilai bobot 5 dengan jumlah skor 70 point dengan skor akumulasi sebesar 133 point atau sebesar 80,6% termasuk dalam kategori baik. Dengan membuat kenyamanan dalam distribusi supaya terhindar dari kerugian yang timbul saat proses pengiriman barang dari perusahaan.
- Pernyataan kelima, rata-rata responden memberikan jawaban SB dengan nilai bobot 5 dan jumlah skor 65 point dan akumulasi skor. yang diperoleh sebesar 136 point atau sebesar 82,4%, termasuk dalam kategori sangat baik. Ketersediaan produk mampu memenuhi kebutuhan konsumen
5. Pernyataan keenam berhubungan dengan jumlah produk yang akan

didistribusikan kepada konsumen untuk konsumen akhir, rata-rata responden memberikan jawaban SB dengan nilai bobot 5 dengan jumlah skor akumulasi sebesar 145 point atau sebesar 87,8% termasuk dalam kategori baik.

6. Pernyataan ketujuh, rata-rata responden memberikan jawaban SB dengan nilai bobot 5 dan jumlah skor 70 point untuk akumulasi skor yang diperoleh sebesar 142 point dengan tingkat kepercayaan sebesar 86% termasuk dalam kategori sangat baik. Ini menunjukkan bahwa perusahaan selalu menjaga kelancaran stock produk.
7. Pernyataan kedelapan, rata-rata responden memberikan jawaban B dengan nilai bobot 5 dan jumlah skor 65 point dengan jumlah akumulasi skor yang diperoleh sebesar 135 point dengan tingkat kepercayaan sebesar 81,8% termasuk dalam kategori baik. Menunjukkan bahwa perusahaan selalu menerapkan efisiensi waktu dalam saluran distribusi ke konsumen.
8. Pernyataan kesembilan, rata-rata responden memberikan jawaban SB dengan nilai bobot 5 dan jumlah skor 65 point dengan skor akumulasi yang diperoleh adalah sebesar 137 point dengan tingkat kepercayaan sebesar 83% termasuk dalam kategori baik. Keinginan perusahaan supaya mencapai target waktu pengiriman produk secara efisien sesuai dengan tujuan wilayah

Pernyataan terakhir, rata-rata responden memberikan jawaban SB dengan nilai bobot 5 dan jumlah skor 65 point dengan jumlah akumulasi skor 137 point dengan tingkat kepercayaan 83% termasuk dalam kategori sangat baik. Berdasarkan hasil perhitungan di atas, pencapaian persentase sebesar 84,18%, apabila dikaitkan dengan kriteria yang telah ditentukan sebelumnya, yakni antara 71,00 – 87,00% maka dapat diberikan kesimpulan bahwa dalam hal ini pengaruh saluran distribusi Madu tresno joyo pada PT.Mensa Bina Sukses Makassar termasuk dalam kategori baik. Dalam hal ini hasil 84,18% didapatkan dari pembagian antara total dari skor pernyataan dibagikan dengan jumlah pernyataan, skor ideal tertinggi dan jumlah responden kemudian dikalikan dengan seratus, maka didapatlah kriteria dari saluran distribusi produk Madu Tresno Joyo. 1. Pada Pernyataan pertama, rata-rata responden memberikan jawaban SB dengan nilai bobot 5 dengan jumlah skor 70 point dan skor akumulasi sebesar 135 point dengan tingkat persentase sebesar 81,81% termasuk dalam kategori sangat baik. Lokasi yang mudah dijangkau sangat mempengaruhi peningkatan volume penjualan.

2. Pada Pernyataan kedua, rata-rata responden memberikan jawaban SB dengan nilai bobot 5 dengan jumlah skor 40 point dan untuk skor akumulatif memperoleh sebanyak 110 point dengan tingkat persentase sebesar 66,6% termasuk dalam kategori baik

3. Pada pernyataan ketiga, rata-rata responden memberikan jawaban SB dengan nilai bobot 5 dengan jumlah skor 75 poin dan skor akumulatif memperoleh 134 point dengan tingkat persentase sebesar 81,21% termasuk dalam kategori sangat baik. Ketersediaan tempat parkir mempengaruhi peningkatan volume penjualan

4. Pada Pernyataan keempat, rata-rata responden memberikan jawaban SB dengan nilai bobot 5 dengan jumlah skor 80 point dan untuk skor kumulatif adalah 139 point dengan tingkat persentase sebesar 81,8% point termasuk dalam kategori baik. PT. Mensa bina sukses memilih lokasi yang tidak memiliki hambatan

5. Pada pernyataan kelima, Dari hasil mayoritas responden sangat setuju bahwa ketepatan waktu pemesanan cenderung meningkatkan volume penjualan rata-rata responden memberikan jawaban SB dengan nilai bobot 5 dengan jumlah skor 80 dan skor akumulatif yang diperoleh sebesar 142 point dengan tingkat persentase sebesar 86,06% termasuk dalam kategori sangat baik.

6. Pernyataan keenam, kecepatan proses pengiriman , penjadwalan jalur distribusi cenderung mempengaruhi volume penjualan, rata- rata responden memberikan jawaban SB dengan nilai bobot 5 dengan jumlah skor 60 point dan skor akumulasi yang diperoleh sebesar 139 point dengan tingkat akurasi kecepatan, ketepatan pengiriman barang sebesar 84,24% termasuk dalam kategori sangat baik.

7. Pernyataan ketujuh, rata-rata responden memberikan jawaban B dengan nilai bobot 5 yang jumlah skornya 80 point dan skor akumulasi yang diperoleh sebanyak 143 point dengan tingkat persentase sebesar 86,6% termasuk dalam kategori sangat baik. Konsumen membutuhkan kesesuaian pesanan produk dalam pendistribusian produk.

8. Pernyataan kedelapan, rata-rata responden memberikan jawaban SB. Dengan nilai bobot 5 yang jumlah skornya 75 point dan skor kumulatif 139 point dengan tingkat persentase 84,24% termasuk dalam kategori sangat baik. dengan adanya tenaga penjual yang mengontrol persediaan produk di toko akan lebih meningkatkan volume penjualan.

9. Pernyataan kesembilan, rata-rata responden memberikan jawaban SB dengan nilai bobot 5 yang jumlah skornya 75 point dan skor kumulatif 139 point dengan tingkat persentase 84,24% termasuk dalam kategori sangat baik. Kemampuan modal perusahaan diharapkan dapat meningkatkan volume penjualan

10. Pada pernyataan terakhir, rata-rata responden memberikan jawaban SB dengan nilai bobot 5 yang jumlah skornya 80 point dan untuk skor akumulasinya berjumlah 138 point dengan tingkat persentase sebesar 83,61% termasuk dalam kategori sangat baik. Berdasarkan jawaban responden diatas, maka dapat diketahui bahwa volume penjualan, adalah sebagai berikut. Dari hasil pengujian tersebut diperoleh nilai t-hitung sebesar 1,8286 dengan demikian dapat disimpulkan bahwa nilai t-hitung  $>$  t tabel atau  $1,8286 > 1,695$ , maka benar ada pengaruh yang positif dan signifikan antara distribusi Madu tresno joyo dengan volume penjualan konsumen bisnis pada PT. Mensa Bina Sukses cabang Makassar hendaknya memperhatikan faktor yang sangat penting dalam mendukung atau mempertahankan serta adanya perhatian terhadap pendistribusian produk supaya produk yang dipasarkan bisa tepat sasaran dan berjalan sesuai dengan asaran yang dituju oleh perusahaan. Hasil dari penelitian ini didukung oleh teori yang dikemukakan menurut Tjiptono (2016:253) "yang dimaksud dengan saluran distribusi adalah rute atau rangkaian perantara baik yang dikelola pemasar maupun independen, dalam menyampaikan barang dari produser ke konsumen."

Diperkuat pula beberapa penelitian terdahulu seperti." Penelitian Dhedhy Yasirul hadi (2009). Dengan judul penelitian Pengaruh saluran distribusi terhadap volume penjualan pada percetakan CV. Cahaya Alam Surakarta ". Dharmawaty Djaharuddin (2010 ) dengan judul skripsi ". Pengaruh saluran distribusi terhadap volume penjualan pada UD. Timur Terang Makassar Dian Candra fatiha (2018). "Ira Indriani (2016) dengan judul skripsi." Pengaruh saluran distribusi terhadap volume penjualan pada PT. Sinar Kalimantan berau tanjung redeb".Khusi Nurafiah (2016) dengan judul penelitian." Pengaruh saluran distribusi terhadap volume penjualan pada PT. Cola-Cola Amatil kantor Kebumen". Dian Candra fatiha (2018). Dengan judul Pengaruh saluran distribusi terhadap volume penjualan Susu Zee di PT. Catur sentosa anugerah. " Rustang (2020) dengan judul skripsi. "Pengaruh saluran distribusi dan harga terhadap produk terhadap volume penjualan air minum dalam kemasan (AMDK) merek wahida water pada CV. Shiva water 5 in one di kabupaten gowa dari hasil penelitian yang dilakukan bahwa distribusi berpengaruh positif terhadap peningkatan volume penjualan.

## SIMPULAN

Dari hasil penelitian yang dilakukan dengan menggunakan metode analisis kuantitatif dengan mencari pengaruh distribusi Madu tresno joyo terhadap volume penjualan konsumen bisnis pada PT. Mensa Bina Sukses Makassar, dimana hasil penelitian yang

kami peroleh adalah  $b = 0,0782$  dan  $a = 38,30$ , maka persamaan regresi linier sederhana yang diperoleh adalah :

$Y = a + bx$  atau  $Y = 38,30 + 0,0782 X$  dan dari hasil koefisien korelasi ( $r$ ) adalah  $r = 0,036$  dan setelah melakukan perhitungan uji  $t$  diterapkan hasil yang didapat adalah  $0,2116 > 1,695$  maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan menerima  $H_a$ .

Serta benar adanya pengaruh yang positif dan signifikan antara distribusi Madu tresno joyo terhadap volume penjualan konsumen bisnis pada PT. Mensa Bina Sukses Makassar harus meningkatkan dan memperhatikan faktor yang sangat penting dalam mendukung terhadap pendistribusian produk supaya produk yang dipasarkan bisa lebih tepat sasaran dan efisien terhadap konsumen bisnis serta konsumen akhir supaya bisa memenuhi kebutuhan konsumen akhir secara lebih luas lagi.

## Referensi :

- Hermuningsih, S. (20138). Pengaruh profitabilitas, growth opportunity, struktur modal terhadap nilai perusahaan pada perusahaan publik di Indonesia. Buletin ekonomi moneter dan perbankan, 16(2), 127-148.
- Kakasih, G. G., Kodong, T. I., & Mawikere, L. M. (2018). Ipteks laporan arus kas sebagai pengukur penilaian kinerja keuangan pada PT. Bank Sulutgo. Jurnal Ipteks Akuntansi Bagi Masyarakat, 2(2).
- Kurniawan, T. A., & Widyarti, E. T. (2011). Analisis Perbandingan Kinerja Keuangan Perusahaan Sebelum dan Setelah Merger dan Akuisisi (Pada Perusahaan Manufaktur di BEI Tahun 2003-2007) (Doctoral dissertation, Universitas Diponegoro).
- Mahendra, A., Artini, L. G. S., & Suarjaya, A. G. (2021). Pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia. Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis, dan Kewirausahaan, 6(2), 130-138.
- Mardiyati, U., Ahmad, G. N., & Putri, R. (2021). Pengaruh kebijakan dividen, kebijakan hutang dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2005-2010. JRMSI-Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia, 3(1), 1-17.
- Munawir (2012). ANALISIS KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN DITINJAU DARI RASIO KEUANGAN PADA PT SRI ANEKA KARYATAMA (Doctoral dissertation, POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA).
- Musthafa, H., & SE, M. (2017). Manajemen Keuangan. Penerbit Andi.
- Nurhayati, M. (2013). Profitabilitas, likuiditas dan ukuran perusahaan pengaruhnya terhadap kebijakan dividen dan nilai perusahaan sektor non jasa. Jurnal Keuangan & Bisnis Program Studi Magister Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Harapan, 5(2), 144-153.
- Nurhayati, M. (2013). Profitabilitas, likuiditas dan ukuran perusahaan pengaruhnya terhadap kebijakan dividen dan nilai perusahaan sektor non jasa. Jurnal Keuangan & Bisnis Program Studi Magister Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Harapan, 5(2), 144-153.
- Rahardjo, B. T., & Murdani, R. (2016). Pengaruh Kinerja Keuangan Dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus Pada Perusahaan Bumh Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2010-2014). Jurnal Akuntansi dan Bisnis Krisnadwipayana, 3(01).
- Runis, A. (2020). ANALISIS KINERJA KEUANGAN BANK SYARIAH YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA (BEI) PERIODE TAHUN 2015-2018. Jurnal Mirai Management, 5(2), 519-535.
- sartono. (2017). Pelatihan Manajemen Keuangan Dengan Menggunakan Buku Kas Pada Usaha Jajan Tradisional Khas Bali. To Maega: Jurnal Pengabdian Masyarakat, 3(1), 47-52.
- Sofyaningsih, S., & Hardiningsih, P. (2017). Struktur kepemilikan, kebijakan dividen,

- kebijakan utang dan nilai perusahaan. *Dinamika keuangan dan perbankan*, 3(1), 68-87.
- Sucipto (2019). Analisis perbandingan kinerja keuangan bank bumh dan bank swasta nasional yang terdaftar pada bursa efek Indonesia. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 7(3).
- Sutrisno, B., & Gumanti, T. A. (2016). Pengaruh krisis keuangan global dan karakteristik perusahaan terhadap cash holding perusahaan di Indonesia. *Jurnal Siasat Bisnis*, 20(2), 130.
- Sutrisno, S. (2016). Struktur modal: Faktor penentu dan pengaruhnya pada nilai perusahaan. *Jurnal Siasat Bisnis*, 20(1), 79-89.
- Suwardika, I. N. A., & Mustanda, I. K. (2019). Pengaruh leverage, ukuran perusahaan, pertumbuhan perusahaan, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan properti. *E-jurnal Manajemen*, 6(3), 1248-1277.
- Tamarani, L., Efni, Y., & Haryetti, H. (2015). Pengaruh Good Corporate Governance Indeks Dan Financial Distress Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kinerja Perusahaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2009-2012) (Doctoral dissertation, Riau University).
- Tika., & Malia, R. (2017). Pengaruh Profitabilitas, Keputusan Investasi Dan Kebijakan Hutang Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sub Sektor Kimia Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *BENING*, 5(1), 14-25.
- Wibawa, Y. P. (2018). Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Sektor Properti yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia.