

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Dalam dunia global selalu berubah bagi sebuah perusahaan atau badan usaha yang ingin tetap eksis seperti layaknya manusia, perusahaan itu harus bergelut, bersaing, bereksprosi dan bersosialisasi dengan lingkungannya. Hal itu merupakan tujuan serta dasar untuk bertahan hidup. Tidak menutup kemungkinan dan dapat dipastikan tujuan dasar itu akan mengalami perkembangan, tidak lagi hanya untuk bertahan hidup namun harus mampu menguasai pasar, minimal perusahaan harus mampu mendapat *segment* atau tempat di pasar agar mendapat pengakuan keberadaan oleh pasar itu sendiri. Dibutuhkan sumber daya dan strategi-strategi dalam setiap bagian-bagian perusahaan. Walaupun setiap bagian tersebut mempunyai fungsi yang berbeda dan strategi-strategi yang berbeda-beda pula namun alurnya sangat terlihat jelas yaitu saling mendukung dan saling memberi kontribusi *positif* pada pencapaian tujuan antara bagian yang satu dengan yang lain. Hal ini disebabkan adanya kesadaran antar bagian dalam perusahaan bahwa tidak berfungsinya salah satu bagian dalam perusahaan akan berpengaruh pada bagian perusahaan yang lain, bahkan bisa mengakibatkan kematian bagi perusahaan itu sendiri. Koordinasi bagian dan startegi dibutuhkan untuk bekal menjalani dan menguasai pasar.

Dimulai dari saat setiap kali proses pengambilan keputusan. Pengambilan keputusan yang baik, berani, memperhitungkan segala kemungkinan, perhitungan kuantitatif yang teliti dan bijaksana akan melahirkan sebuah strategi yang baik dan berkontribusi positif guna mendukung bagian dan strategi lain dalam perusahaan. Taruhan aspek *marketing* yang memiliki tujuan memasarkan barang yang telah dihasilkan atau diproduksi oleh bagian produksi.

Secara spesifik aspek pemasaran mencakup berbagai kegiatan lain penjualan, pembelian, promosi dan penyaluran atau distribusi barang atau jasa kepada kelompok pembeli. Di dalam memasarkan hasil produksi barang atau jasa banyak segi di dalam bagian pemasaran atau *marketing* yang harus diperhatikan, salah satunya adalah saluran distribusi. Tepat tidaknya pemilihan saluran distribusi menentukan lancar tidaknya arus barang atau jasa dari produsen ke konsumen. Sebab itulah saluran distribusi ini memerlukan perhatian yang besar. Kesalahan dalam menilai saluran distribusi dapat memperlambat bahkan dapat menghentikan usaha penyaluran barang dan atau jasa dari produsen ke konsumen.

Selama lembaga usaha atau perusahaan menawarkan barang dan atau jasa, masalah distribusi tidak dapat dipisahkan. Kegiatan distribusi selalu dilakukan meskipun tidak menggunakan perantara. Pada era sekarang para perantara digunakan untuk mendistribusikan hasil produksinya kepada pembeli akhir.

Adapun alasan-alasan perusahaan menggunakan perantara adalah :

1. Perantara dapat membantu meningkatkan efisiensi distribusi disini mempunyai arti bahwa perantara dapat melaksanakan tugas dan fungsi pemasaran dengan efisiensi tinggi.
2. Perantara dapat menghasilkan volume penjualan yang lebih banyak karena pengalaman, spesialisasi, relasi dan luasnya usaha para perantara daripada yang dilakukan produsen dengan penyaluran sendiri.

Sedangkan perantara itu sendiri dapat didefinisikan sebagai berikut :

Adalah orang atau perusahaan yang menghubungkan aliran barang dari produsen ke konsumen akhir atau konsumen industrial (**Stanton, et al, 1990**)

Secara umum perantara dibagi 2 macam :

1. *Merchant middleman* : perantara yang memiliki barang (dengan membeli dari produsen) untuk kemudian dijual kembali.  
2 bentuk *merchant middleman* adalah :
  - a. *Whole saller/distributor/jobber*
  - b. *Retail/dealer*
2. *Agent middleman/broker* : perantara yang hanya mencarikan pembeli, menegosiasikan dan melakukan transaksi atas nama produsen.

Seperti halnya pada perusahaan Tegel dan Beton Ba'abduh yang berlokasi di jalan Haji Agus Salim No. 162-164 Madiun. Pada dasarnya perusahaan ini memiliki 3 saluran distribusi antara lain :

1. Saluran distribusi non tingkat

Produsen → konsumen

2. Saluran distribusi satu tingkat

Produsen → pengecer → konsumen

3. Saluran distribusi dua tingkat

Produsen → pedagang besar → pengecer → konsumen

Selama ini perusahaan Ba'abduh tidak terlalu terkonsentrasi pada strategi distribusi yang akan mengakibatkan dampak negatif pada volume penjualan.

Pada periode saat ini dampak tersebut belum begitu terasa disebabkan produksi yang bersifat massal dan permintaan yang bersifat berkesinambungan. Namun perlu dipikirkan juga dampaknya pada waktu-waktu berjalan berikutnya. Apabila proses distribusi perusahaan ini hanya mengandalkan jumlah permintaan perantara pada setiap saluran dan tidak terkonsentrasi pada salah satu saluran distribusi yang efektif sekaligus berprospek untuk dikembangkan, maka ada kemungkinan perusahaan ini mengalami penurunan jumlah volume penjualan.

Oleh karena itu pimpinan perusahaan harus mengetahui secara benar saluran distribusi yang dikembangkan dan diprioritaskan artinya, dalam rangka mengadakan pemilihan saluran distribusi ini perlu evaluasi dari saluran distribusi yang ada di dalam perusahaan tersebut, mana yang mendatangkan keuntungan yang paling tinggi dan dapat menghasilkan efisiensi biaya, *channel* itulah yang siap dikembangkan.



6. Saluran distribusi yang efisien diidentifikasi dengan hasil perhitungan uji risiko yang lebih kecil dibanding saluran yang lain walaupun memiliki tingkat efisiensi saluran yang lebih besar, saluran distribusi yang efisien harus memiliki selisih laba bersih setelah pajak (EAT) yang lebih besar dari saluran yang lain.

#### **D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

Secara umum :

1. Bagi penulis :

Merupakan aplikasi/implementasi ilmu yang telah diperoleh di bangku perkuliahan sebagai proses pengembangan untuk berfikir kritis dan mampu menganalisis pergeseran-pergeseran pemikiran dalam manajemen dalam kurun waktu dewasa ini.

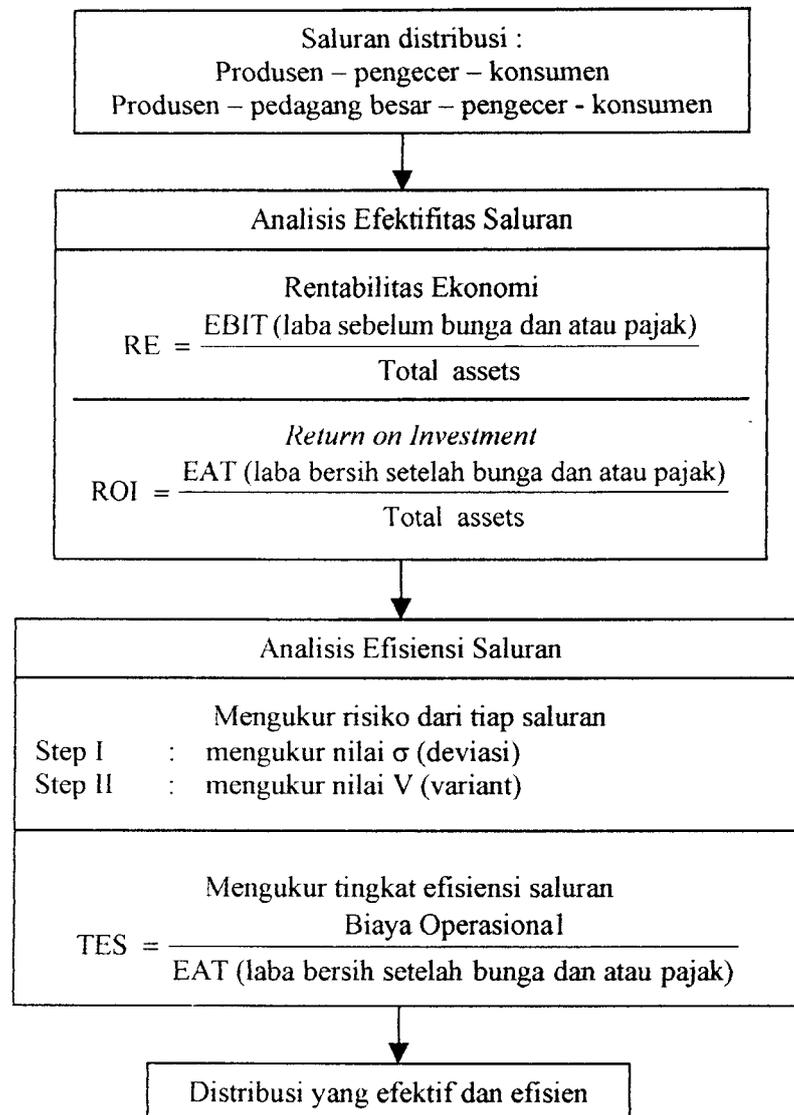
2. Bagi perusahaan :

Merupakan sebuah album kenangan di masa lalu dimana suatu waktu perusahaan khususnya manajemen pemasaran perlu berintrospeksi diri untuk mengetahui letak kesalahan yang pernah dilakukan dan sebagai dasar untuk memilih strategi dan mengambil keputusan di masa yang akan datang.

## E. Kerangka Pemikiran

Gambar 1.1

### Kerangka Pemikiran



Langkah-langkah dalam kerangka pemikiran masalah saluran distribusi dapat dijabarkan sebagai berikut :

1. Mengadakan pemilihan saluran distribusi yang akan dievaluasi
  - a. Produsen – pengecer – konsumen
  - b. Produsen – pedagang besar – pengecer – konsumen
2. Analisis Efektifitas
  - a. Ada beberapa penulis yang menggunakan Rentabilitas Ekonomi (RE) dalam rasio profitabilitas keuangan untuk tujuan pengukuran profitabilitas perusahaan dengan cara membandingkan antara laba sebelum bunga dan atau pajak dengan total aktiva. Dengan kata lain perhitungan ini mengukur kemampuan modal sendiri perusahaan untuk menghasilkan laba dalam setiap tahun, khususnya tahun yang akan dievaluasi.
  - b. Perhitungan ROI  
Menghitung ROI dengan membandingkan antara EAT atau laba setelah pajak dengan *Total assets* atau aktiva, untuk mengetahui saluran distribusi yang akan menghasilkan laba terbesar tiap saluran yang akan dievaluasi.
3. Analisis Efisiensi
  - a. Langkah berikutnya setelah menghitung RE dan ROI untuk mengetahui saluran distribusi yang menghasilkan laba terbesar, langkah berikutnya

menguji besarnya risiko dari kedua saluran dengan cara mengadakan perhitungan deviasi dan koefisien variant.

- b. Untuk mengukur efisiensi suatu proyek langkah berikutnya dapat dilakukan dengan cara membandingkan antara biaya operasi dengan EAT (laba bersih setelah bunga dan atau pajak) pada kedua proyek/saluran setiap tahunnya.
4. Hasil analisis efektifitas dan efisiensi dari perhitungan rasio profitabilitas keuangan, pengujian risiko dan perhitungan tingkat efisiensi saluran akan menghasilkan saluran distribusi yang memiliki rentabilitas ekonomi (RE), Return on Investment (ROI) yang lebih besar dan beban risiko yang lebih kecil walaupun memiliki tingkat efisiensi saluran yang lebih besar dibanding saluran yang lain. Saluran ini akan dianggap tetap efisien jika masih memiliki selisih laba bersih setelah bunga dan atau pajak (EAT) yang lebih besar dari saluran proyek yang lain. Hal ini dikarenakan jumlah EAT yang lebih besar pada salah satu saluran akan selalu diimbangi dengan kenaikan tingkat efisiensi saluran secara proporsional pada saluran itu pula.

#### **F. Metodologi Penelitian**

##### **1. Ruang Lingkup :**

Metode yang digunakan adalah observasi. Dalam hal ini penulis mengadakan pengamatan langsung ke objek penelitian yaitu pada saluran

distribusi perusahaan Tegel dan Beton Ba'abduh, yang terletak di jalan Haji Agus Salim 162-164 Madiun.

Observation : pengamatan, pengawasan terhadap suatu objek yang umumnya untuk tujuan examination atau penelitian

**(Wojowasito, S. Drs. Prof, Kamus lengkap, Hasta bandung. 1991)**

Selain metode observasi penulis juga menggunakan cara studi kepustakaan yang berarti suatu penelitian dengan berlandaskan literatur dan media lain yang berhubungan dengan masalah distribusi. Waktu penelitian dimulai pada tanggal 14-10-2002, dengan tema Analisis Rasio profitabilitas keuangan guna pemilihan saluran distribusi yang efektif dan efisien pada perusahaan Tegel dan Beton Ba'abduh.

2. Analisis data :

a. Data kualitatif :

Data yang berbentuk bukan angka yang digunakan untuk menjelaskan secara deskriptif permasalahan yang ada.

b. Data kuantitatif :

Data berbentuk angka yang keberadaannya sebagai dasar perhitungan untuk menganalisis dan mendukung data kualitatif.

3. Jenis data :

a. Data primer :

Sumber data primer adalah obyek penelitian (aspek produksi, aspek pemasaran, aspek personalia, struktur organisasi, saluran distribusi) yang diperoleh dengan cara observasi, wawancara, dan lain-lain.

b. Data sekunder :

Sumber data yang sudah ada di dalam perusahaan tersebut atau dari peneliti sebelumnya yang umumnya sudah berbentuk laporan keuangan, neraca, laporan rugi laba, dan lain sebagainya.

4. Cara pengumpulan data :

Penelitian lapangan : Cara mendapatkan data dengan cara terjun langsung ke lokasi penelitian. Data diperoleh bisa melalui sebuah wawancara dan pengamatan.

5. Instrumen pengumpulan data :

Dalam penulisan penulis menggunakan instrument pendukung sederhana (misalnya jadwal wawancara, daftar pertanyaan, tape recorder)

6. Teknik analisis data :

a. Analisis Efektifitas

1) Rentabilitas Ekonomi

Untuk mengetahui sejauh mana tingkat keefektifan rentabilitas ekonomi dalam pengambilan keputusan pemilihan saluran distribusi maka digunakan formulasi sebagai berikut :

$$RE = \frac{\text{EBIT (laba sebelum bunga dan atau pajak)}}{\text{Total assets}} \times 100$$

2) *Analisis Return On Investment* atau Tingkat Pengembalian Aktiva

Bentuk rasio profitabilitas yang digunakan untuk mengukur efektifitas perusahaan dalam mengelola seluruh dana yang ditanamkan dalam aktiva dan digunakan untuk operasi perusahaan dengan kata lain adalah rasio yang menghubungkan keuntungan bersih yang diperoleh dari operasi perusahaan (*net operating income*) dengan jumlah aktiva yang digunakan untuk menghasilkan keuntungan dari setiap alternatif saluran distribusi yang ada dalam perusahaan.

Perbandingan antara laba bersih dengan total aktiva mengukur tingkat pengembalian aktiva total, atau *return on total assets* sebagaimana bisa disebut. (Suad Husnan, 1992:214)

Rumus *Return on Investment/Return on Total Assets* (ROI/ROA) :

$$ROI/ROA = \frac{\text{EAT}}{\text{Total Assets}} \times 100$$

(Syafarudin Alwi, 1993:118)

atau

$$ROI/ROA = \frac{\text{Net Operating Income}}{\text{Total assets}} \times 100$$

(Bambang Riyanto, 1992:270)

b. Analisis Efisiensi

1) Perhitungan *Coefficient of Variant*

Merupakan alat untuk mengetahui besarnya risiko dari beberapa alternatif saluran distribusi. Dengan diketahui besar kecil risiko maka diketahui tingkat penyimpangan hasil penjualan masing-masing saluran distribusi.

a) Menentukan standart deviasi

$$\sigma = \sqrt{\sum_{i=1}^n (E_i - \bar{E})^2 (P_i)}$$

dimana :

$E_i$  = Hasil yang diperoleh pada kasus ke  $i$

$\bar{E}$  = Nilai rata-rata hasil yang diharapkan

$P_i$  = Probabilitas untuk memperoleh hasil pada kasus ke  $i$

$n$  = Frekuensi

Rumus tersebut digunakan jika hubungan antara tingkat probabilitas dengan hasil yang diestimasikan dapat diketahui, tapi jika tingkat probabilitas untuk memperoleh hasil tertentu tidak diketahui, maka standart deviasi dihitung dengan rumus :

$$\sigma = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^n (E_i - \bar{E})^2}{n}}$$

dimana :

$E_i$  = Hasil penjualan

$\bar{E}$  = Rata-rata penjualan

$n$  = Frekuensi/jumlah observasi

b) Menghitung tingkat risiko relatif

$$V = \frac{\sigma}{E}$$

atau koefisien variant =  $\frac{\text{standart deviasi}}{\text{Rata - rata hasil penjualan}}$

(Syafarudin Alwi, 1994:225)

2) Perhitungan Tingkat Efisiensi Saluran

Merupakan alat untuk menghitung tingkat efisiensi pada kedua saluran, dengan formulasi sebagai berikut :

$$TES = \frac{\text{Biaya Operasional}}{\text{EAT (laba bersih setelah bunga dan atau pajak)}} \times 100$$

Perbandingan antara biaya operasional dengan laba bersih setelah bunga dan atau pajak setiap saluran pada setiap tahunnya dalam satuan persen.

#### G. Jadwal Kegiatan

1. Survey perusahaan : 4 minggu
2. Penyusunan proposal dan revisi : ± 1 bulan
3. Penyusunan skripsi Bab II dan revisi : ± 2 bulan

4. Penelitian perusahaan, penyusunan skripsi Bab III dan revisi : ± 3 bulan
5. Penelitian perusahaan, penyusunan skripsi Bab IV dan revisi : ± 4 bulan
6. Penyusunan skripsi Bab V, abstraksi dan revisi : ± 1 bulan
7. Finishing : 1 hari

Total

---

10 bulan

4 minggu

1 hari

#### H. Sistematika

Bab I : Pendahuluan

Dalam bab ini menguraikan latar belakang perumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, tinjauan pustaka, kerangka pikir, metodologi penelitian.

Bab II : Landasan Teori

Penguraian teori-teori dari literatur kepustakaan yang berhubungan dengan judul dan permasalahan yang diangkat dalam penelitian.

Bab III : Gambaran Umum Perusahaan

Uraian keadaan dalam objek penelitian meliputi sejarah perusahaan, struktur organisasi, dan aktivitas-aktivitas dalam perusahaan.

Bab IV : Analisis Data

Pembahasan permasalahan yang terjadi pada perusahaan meliputi analisis masalah, alternatif pemecahan dengan menggunakan perhitungan kuantitatif.

Bab V : Kesimpulan dan Saran

Berisi tentang kesimpulan yang berasal dari permasalahan yang telah dianalisis dan saran-saran berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan.