

**Analisis Efektifitas dan Efisiensi Penggunaan Saluran Distribusi
Pada Perusahaan Mebel Sartono Arts
Di Klaten**

SKRIPSI



Oleh :

Nama : Sri Joko Sarjito
Nomor Mahasiswa : 02 311 286
Program Studi : Ekonomi Manajemen

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI
YOGYAKARTA
2006**

PENGESAHAN

Analisis Efektifitas dan Efisiensi Penggunaan Saluran Distribusi Pada Perusahaan Mebel Sartono Arts Di Klaten



Nama : Sri Joko Sarjito
Nomor Mahasiswa : 02 311 286
Program Studi : Ekonomi Manajemen

Yogyakarta, 26 September 2006
Telah disetujui dan disahkan oleh
Dosen Pembimbing,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Murwanto Sigit', is written over a dotted line.

Murwanto Sigit, Drs,H,MBA

PENGESAHAN UJIAN

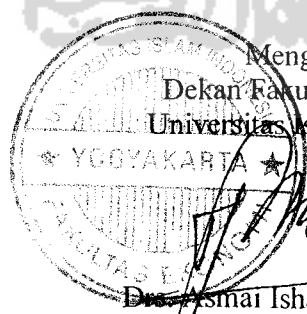
Telah dipertahankan/diajukan dan disahkan untuk
memenuhi syarat guna memperoleh gelar
Sarjana jenjang Strata 1 pada Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia

Nama : Sri Joko Sarjito
Nomor Mahasiswa : 02 311 286
Program Studi : Ekonomi Manajemen

Yogyakarta, 27 september 2006
Disahkan oleh,

Penguji/Pemb. Skripsi: Drs. Murwanto Sigit, MBA

Penguji : Dra. Budi Astuti, M.Si



Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia

Drs. Hismi Ishak, M.Bus, Ph.D

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

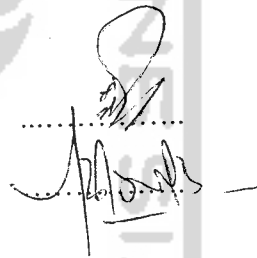
**Analisis Efektifitas dan Efisiensi Penggunaan Saluran Distribusi Pada
Perusahaan Mebel Sartono Arts Di Klaten**

Disusun Oleh: SRI JOKO SARJITO
Nomor mahasiswa: 02311286

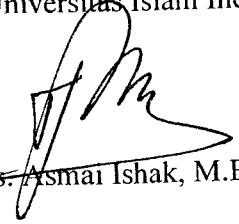
Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan LULUS
Pada tanggal : 15 September 2006

Penguji/Pemb. Skripsi: Drs. Murwanto Sigit, MBA

Penguji : Dra. Budi Astuti, M.Si



Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia

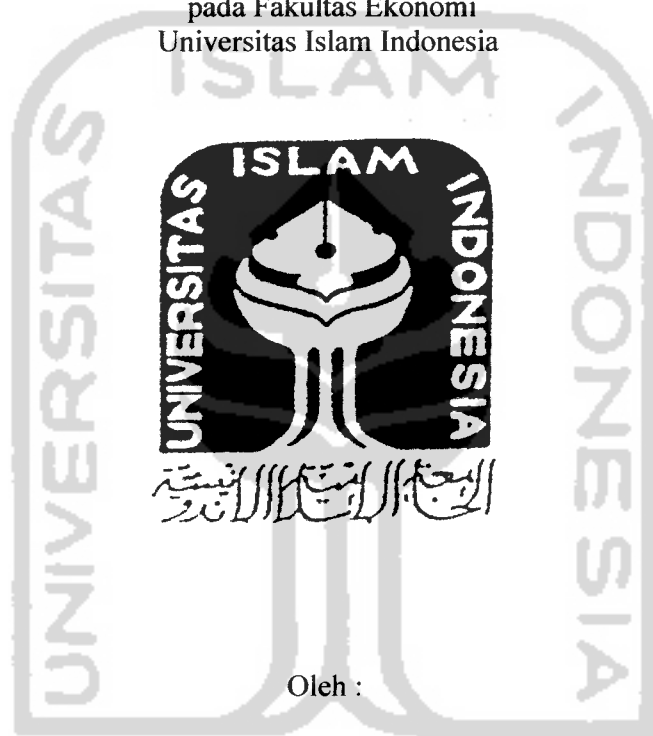


Drs. Asmai Ishak, M.Bus, Ph.D

**Analisis Efektifitas dan Efisiensi Penggunaan Saluran Distribusi
Pada Perusahaan Mebel Sartono Arts
Di Klaten**

SKRIPSI

ditulis dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir
guna memperoleh gelar Sarjana jenjang strata 1
Program Studi Manajemen,
pada Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia



Oleh :

Nama : Sri Joko Sarjito
Nomor Mahasiswa : 02 311 286
Program Studi : Ekonomi Manajemen

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI
YOGYAKARTA
2006**

MOTTO

1. Tujuan dari semua pekerjaan adalah produksi dan prestasi, dan untuk mendapatkan kedua hal ini perlu pemikiran tentang masa depan, sistem, perencanaan, kecerdasan, dan tujuan yang jujur.

(Thomas Alva Edison)

2. Untuk dapat menyelesaikan masalah di dunia ini manusia hanya perlu “ketekunan” . Dan tak ada apapun di dunia ini yang dapat menggantikan “ketekunan”.

(Calvin Coolidge)

3. Berusahalah jadi pemenang walaupun dirimu telah kalah. (Joe cakep)

**Analisis Efektifitas dan Efisiensi Penggunaan Saluran Distribusi
Pada Perusahaan Mebel Sartono Arts
Di Klaten**

SKRIPSI

ditulis dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir
guna memperoleh gelar Sarjana jenjang strata 1
Program Studi Manajemen,
pada Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia



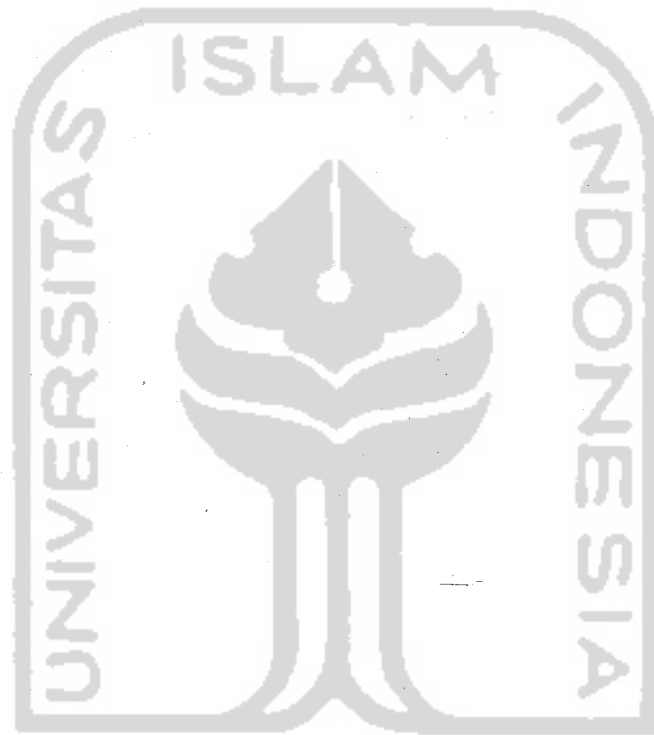
Oleh :

Nama : Sri Joko Sarjito
Nomor Mahasiswa : 02 311 286
Program Studi : Ekonomi Manajemen

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI
YOGYAKARTA
2006**

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

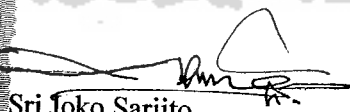
“dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah di ajukan orang lain untuk memperoleh gelar kesarjanaan disuatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak ada karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.”



Yogyakarta, 28 September 2006

Penulis,




Sri Joko Sarjito

MOTTO

1. Tujuan dari semua pekerjaan adalah produksi dan prestasi, dan untuk mendapatkan kedua hal ini perlu pemikiran tentang masa depan, sistem, perencanaan, kecerdasan, dan tujuan yang jujur.

(Thomas Alva Edison)

2. Untuk dapat menyelesaikan masalah di dunia ini manusia hanya perlu "ketekunan". Dan tak ada apapun di dunia ini yang dapat menggantikan "ketekunan".

(Calvin Coolidge)

3. Berusahalah jadi pemenang walaupun dirimu telah kalah. (Joe cakep)

Skripsi ini kupersembahkan kepada :

*Ayah dan ibundaku yang telah sabar membimbing,
menuntunku hingga aku bisa tumbuh dewasa dan
mengerti tentang arti sebuah kehidupan ini.*

Tanks for all mah, pah

Special tank's :

*Luthfi honey yang slalu setia & sabar menungguku,
Keluarga besar hadi subroto “ trima kasih atas
dukungan morilnya hingga aku bisa berjalan tegap
dan tak tertatih tatih lagi”*

Ade – adeku tercinta panji, novi, agung

*My computer & my motor cycle (tanpamu aku tak
bisa cepet lulus)*

*Mamih Kustiri, mamas Haris, mbak anik, mbak eva,
mas aan, alip, pasha dan All Family in Pematang
City*

temen – temen seperjuanganku manajemen 02

*Jogjakarta sekali lagi thank's for your memories,
I will be miss you.....☺*

KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Allah yang telah melimpahkan rahmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul Analisis Efektifitas dan Efisiensi Penggunaan Saluran Distribusi pada Perusahaan Mebel Sartono Arts. Maksud penulisan skripsi ini adalah sebagai salah satu syarat untuk memperoleh jenjang Strata 1 pada Fakultas Ekonomi Jurusan Ekonomi Manajemen Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bimbingan dan dukungan dalam penulisan skripsi ini. Ucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Bapak Murwanto Sigit Drs, H, MBA sebagai dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk membimbing dan mengarahkan penulis dalam penulisan skripsi ini.
2. Ibu Dra Budi Astuti, MSi terima kasih telah menguji skripsi dan atas bimbingannya
3. Bapak Drs. Asmai Ishak, M.Bus,Ph.D selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia yang telah memberikan ijin dalam menyusun skripsi ini.
4. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta yang telah memberikan bekal dan pengetahuan pada penulis selama mengikuti kuliah sampai pada penyelesaian penulisan skripsi ini.

5. Bapak dan Ibu Staf Perusahaan Mebel Sartono Arts di Jambukulon Ceper, Klaten, yang telah memberikan waktu dan bimbingan selama penelitian.
6. Bapak dan Ibu Staf Kelurahan Jambukulon, yang telah memberikan waktu dan bimbingan serta fasilitas yang diperlukan selama penelitian.
7. Bapak Sartono Dan Ibu Sumini tersayang yang selalu berdoa dan memberikan semangat dan motivasi moral dan material
8. Adek – adeku tercinta Panji, novi dan Agung jadilah anak yang berbakti.
9. lutfiani maha dewi beserta keluarga di pemalang yang selalu memberikan dorongan moril kepada penulis.
10. To Temen2ku dari Klaten Irwan, Bejo, Lupek, Fuad, Dkk Tanks for all.
11. To temen2ku Em 02 khususnya kinoy, pram, ari, muhlis, Mr eko, ivan, temen2 seperjuangan Good Luck, temen2 KKN'BTL Unit 65.
12. Saudaraku, sahabatku, teman2ku dan semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Semoga segala kebaikan yang telah diberikan mendapatkan imbalan dari Tuhan Yang Maha Esa. Besar harapan penulis semoga skripsi ini dapat berguna dan memberi manfaat bagi penulis khususnya dan pihak lain yang berkepentingan umumnya.

Yogyakarta,

penulis

5. Bapak dan Ibu Staf Perusahaan Mebel Sartono Arts di Jambukulon Ceper, Klaten, yang telah memberikan waktu dan bimbingan selama penelitian.
6. Bapak dan Ibu Staf Kelurahan Jambukulon, yang telah memberikan waktu dan bimbingan serta fasilitas yang diperlukan selama penelitian.
7. Bapak Sartono Dan Ibu Sumini tersayang yang selalu berdoa dan memberikan semangat dan motivasi moral dan material
8. Adek – adeku tercinta Panji, novi dan Agung jadilah anak yang berbakti.
9. lutfiani maha dewi beserta keluarga di pemalang yang selalu memberikan dorongan moril kepada penulis.
10. To Temen2ku dari Klaten Irwan, Bejo, Lupek, Fuad, Dkk Tanks for all.
11. To temen2ku Em 02 khususnya kinoy, pram, ari, muhlis, Mr eko, ivan, temen2 seperjuangan Good Luck, temen2 KKN' BTL Unit 65.
12. Saudaraku, sahabatku, teman2ku dan semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Semoga segala kebaikan yang telah diberikan mendapatkan imbalan dari Tuhan Yang Maha Esa. Besar harapan penulis semoga skripsi ini dapat berguna dan memberi manfaat bagi penulis khususnya dan pihak lain yang berkepentingan umumnya.

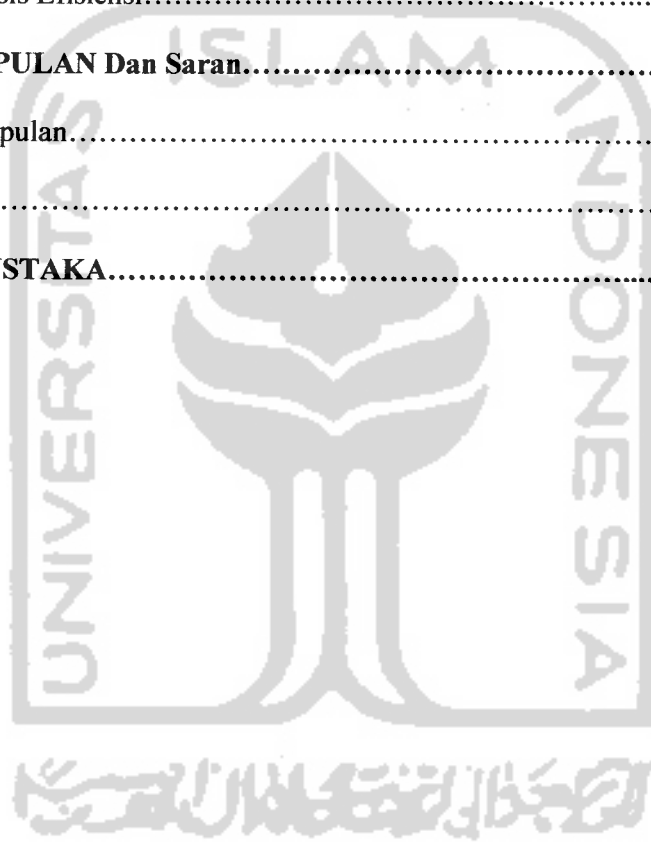
Yogyakarta,

penulis

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman sampul Depan skripsi.....	ii
Halaman pernyataan Bebas Plagiarisme.....	iii
Halaman Pengesahan Skripsi.....	iv
Halaman Pengesahan Ujian.....	v
Halaman Motto.....	vi
HalamanPersembahan.....	vii
Halaman Kata Pengantar.....	viii
Halaman Daftar Isi.....	x
Halaman Daftar Tabel	xii
Halaman Abstrak.....	xiii
I. PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	3
C. Batasan masalah.....	3
D. Tujuan Penelitian.....	4
E. Manfaat Penelitian.....	4
II. KAJIAN PUSTAKA	5
A. Penelitian Terdahulu.....	5
B. Landasan Teori.....	6
C. Hipotesis.....	21
III. METODE PENELITIAN.....	22
A. Gambaran umum perusahaan.....	22

B. Variabel penelitian.....	35
C. Devinisi operasional penelitian.....	36
D. Alat dan Instrumen penelitian.....	36
E. Data dan teknik pengumpulan data.....	36
V. ANALISIS PEMBAHASAN.....	39
A. Analisis efektifitas.....	39
B. Analisis Efisiensi.....	40
VII. KESIMPULAN Dan Saran.....	60
A. Kesimpulan.....	60
B. Saran.....	61
DAFTAR PUSTAKA.....	64



DAFTAR TABEL

Tabel. 4.1	Biaya produksi langsung Perusahaan.....	41
Tabel. 4.2	Biaya distribusi tidak langsung.....	42
Tabel. 4.3	Harga jual Perusahaan Mebel Sartono Arts.....	43
Tabel. 4.4	Potongan harga penjualan mebel.....	44
Tabel 4.5	Volume penjualan mebel.....	45
Tabel. 4.6	Biaya tetap dan biaya variabel saluran distribusi	46
Tabel. 4.7	Laporan laba – rugi perusahaan.....	50
Tabel. 4.8	Jumlah penjualan mebel dalam bentuk rupiah.....	51
Tabel. 4.9	Data hasil questioner.....	54
Tabel. 4.10	Skor item pertanyaan.....	55
Tabel 4.11	Skor kumulatif dan rata – rata saluran distribusi langsung.....	56
Tabel 4.12	Skor kumulatif dan rata – rata saluran distribusi tidak langsungTabel	57
Tabel 4.13	Skor rata – rata saluran distribusi Perusahaan Mebel Sartono Arts.....	58

Analisis Efektifitas dan Efisiensi Penggunaan Saluran Distribusi
Pada Perusahaan Mebel Sartono Arts
Di Klaten

Sri joko Sarjito
02 311 286

Abstraksi

Dalam perekonomian yang semakin menuju kepada era globalisasi, dunia industri dituntut untuk semakin mengefisienkan pengelolaan perusahaan secara umum, baik dari segi manajerial, produksi, keuangan, dan pemasaran agar dapat mengikuti arus perkembangan perekonomian.

Tujuan dari pengelolaan perusahaan secara umum adalah mencapai profitabilitas, pertumbuhan penjualan, peningkatan *market share* dan daya inovasi. Untuk itu dalam pengelolaannya perusahaan tidak lepas dari marketing mix, yang terdiri dari empat variabel yaitu: produksi, harga, promosi, dan saluran distribusi.

Pemilihan saluran distribusi yang benar dan efektif adalah apabila arus barang dari produsen ke konsumen dapat terjadi tepat waktu, sedangkan efisiensi pelaksanaan saluran distribusi dapat tercapai apabila perusahaan berhasil dalam mengendalikan biaya distribusinya sehingga dapat meningkatkan volume penjualan dan penerimaan.

Metode analisis yang digunakan adalah metode kuantitatif dan kualitatif yaitu dengan metode analisis efisiensi dan analisis efektifitas penggunaan saluran distribusi. Metode dasar yang digunakan adalah diskriptif analisis yang merupakan penelitian berdasarkan pada pemecahan masalah – masalah yang sedang aktual yang ada pada masa sekarang. Data yang dikumpul mula – mula disusun kemudian dijelaskan dan kemudian dianalisis.

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah teknik observasi, teknik wawancara, dan teknik pencatatan. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

Faktor – faktor penggunaan saluran distribusi yang baik, efisien dan efektif dapat mempengaruhi volume penjualan suatu barang. Pengujian terhadap ketepatan model dilakukan dengan menghitung efisiensi saluran distribusi dengan membandingkan volume penjualan dengan volume penjualan Equilibrium, metode analisis operating ratio dan metode efektivitas dengan analisis customer service dengan cara meneliti langsung ke lokasi pabrik yaitu Perusahaan Mebel Sartono Arts. Dan hasilnya penggunaan saluran distribusi pada perusahaan mebel Sartono Arts telah efektif dan efisien.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar belakang Masalah

Dalam perekonomian yang semakin menuju kepada era globalisasi, dunia industri dituntut untuk semakin mengefisienkan pengelolaan perusahaan secara umum, baik dari segi manajerial, produksi, keuangan, dan pemasaran agar dapat mengikuti arus perkembangan perekonomian.

Tujuan dari pengelolaan perusahaan secara umum adalah mencapai profitabilitas, pertumbuhan penjualan, peningkatan *market share* dan daya inovasi. Untuk itu dalam pengelolaannya perusahaan tidak lepas dari marketing mix, yang terdiri dari empat variabel yaitu: produksi, harga, promosi, dan saluran distribusi. Sedangkan bila ditinjau secara khusus, pengelolaan perusahaan adalah untuk mencapai keuntungan maksimal melalui peningkatan volume penjualan dan strategi pemasaran yang baik. Untuk itu Perusahaan Mebel Sartono Arts harus melakukan kegiatan pemasaran dengan baik. Pengertian kegiatan pemasaran menurut William J. Stanton yang dikutip Basu Swasta yaitu “keseluruhan kegiatan yang bertujuan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan konsumen kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial”. Untuk mencapai laba maksimum diperlukan kerja keras dari berbagai subsistem yang terlibat.

Persaingan usaha yang semakin tajam mendorong perusahaan untuk melakukan beberapa inovasi terhadap produk yang dihasilkan untuk dapat menarik konsumen sekaligus memperluas pangsa pasarnya. Dengan memperluas pangsa pasar, perusahaan dapat meningkatkan penjualan produk yang akan diikuti dengan perubahan dalam cara menjualnya. Untuk menjangkau konsumen yang berdomisili diluar kota Klaten, Perusahaan Mebel Sartono Arts juga mendirikan agen – agen atau perantara sebagai salah satu upaya untuk memberikan kemudahan kepada konsumen. Artinya disamping melakukan penjualan langsung perusahaan juga melakukan penjualan tidak langsung melalui perantara atau agen – agen yang dimilikinya. Pengertian perantara (agen middlemant) C. Glenn Waltres yang dikutip oleh Basu Swasta adalah “ lembaga yang melaksanakan perdsagangan dengan menyediakan jasa – jasa dan fungsi – fungsi yang berhubungan dengan penjualan atau distribusi barang, tetapi mereka tidak mempunyai hak untuk memiliki barang yang diperdagangkan ”.

Pemilihan saluran distribusi yang benar dan efektif adalah apabila arus barang dari produsen ke konsumen dapat terjadi tepat waktu, sedangkan efisiensi pelaksanaan saluran distribusi dapat tercapai apabila perusahaan berhasil dalam mengendalikan biaya distribusinya sehingga dapat meningkatkan volume penjualan dan penerimaan.

berdasarkan uraian diatas, dimana strategi pemasaran suatu faktor penting bagi perusahaan agar dapat bersaing dengan perusahaan lain dan tetap eksis dipasar, maka penulis menulis judul, “ANALISIS EFEKTIFITAS DAN EFEISIENSI PENGGUNAAN SALURAN DISTRIBUSI PADA PERUSAHAAN MEBEL SARTONO ARTS”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut maka penulis merumuskan suatu masalah dengan rumusan sebagai berikut :

Adakah efektivitas dan efisiensi penggunaan saluran distribusi pada perusahaan Mebel Sartono?.

C. Batasan Masalah

Untuk memperjelas pengertian dan menghindari peninjauan yang terlalu luas terhadap istilah – istilah yang dipergunakan pada penelitian ini maka perlu diberikan pembatasan terhadap beberapa istilah

1. penelitian pengaruh penggunaan saluran distribusi yang diuji dengan menggunakan efektifitas dan efisiensi hanya pada tahun 2005.
2. saluran distribusi adalah suatu ukuran dari biaya yang menunjukkan usaha untuk menekan biaya serendah mungkin untuk mendapatkan hasil (volume penjualan). Saluran distribusi dibedakan menjadi 2 yaitu :
 - a) Saluran distribusi langsung
 - b) Saluran distribusi tidak langsung

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk membandingkan antara apa yang telah didapat atau dipelajari oleh mahasiswa dengan keadaan yang sesungguhnya atau praktek yang terjadi pada lapangan yang ada.
2. Untuk mengetahui efektivitas dan efisiensi penggunaan saluran distribusi pada mebel sartono arts.
3. Untuk mengetahui pelaksanaan strategi pemasaran serta faktor yang menjadi pertimbangan perusahaan dalam pemilihan strateginya.

E. Manfaat Penelitian

1. Merupakan kesempatan yang baik bagi mahasiswa untuk menambah wawasan serta pengalaman untuk dapat digunakan mahasiswa guna penelitian selanjutnya dengan mengetahui secara langsung perbandingan yang terdapat antara teori yang didapatkan dibangku kuliah dengan praktek yang terjadi di lapangan.
2. Secara tidak langsung sebagai sarana promosi bagi Perusahaan Sartono art.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A Kajian Pustaka

Menurut penelitian Sigit Amrulloh (2003) meneliti analisis efektivitas penggunaan saluran distribusi pada Perusahaan Genteng Sokka di Sruwung Kebumen. Data yang digunakan adalah data primer dan data skunder, analisis data kuantitatif maupun kualitatif. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa berdasarkan hasil analisis titik impas dapat diketahui bahwa biaya saluran distribusi langsung maupun tidak langsung memiliki tingkat efisiensi yang sama jika volume penjualannya sebesar 2.704.874,1 unit (titik equilibrium). Oleh karena itu berhubung volume penjualan Genteng Sokka pada tahun 2001 lebih besar dari penjualan equilibrium yaitu 3.351.029 unit maka berarti saluran distribusi langsung merupakan saluran distribusi yang paling efisien.

Menurut penelitian Rahmat Darmawan (2001) mahasiswa fakultas Ekonomi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta meneliti pengaruh harga, saluran distribusi terhadap volume penjualan semen pada PT Cipta Niaga Yogyakarta. Data yang digunakan adalah data primer dan data skunder, analisis data kuantitatif dan analisis data kualitatif. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa berdasarkan perhitungan perkembangan biaya – biaya dan analisis strategi diketahui bahwa harga mempunyai pengaruh positif terhadap volume penjualan dan biaya distribusi mempunyai

pengaruh negative terhadap volume penjualan. Dalam penelitian ini menggunakan alat analisis persamaan regresi linear berganda, uji koefisien regresi, dan analisis koefisien determinasi. Dari hasil analisis data dan kesimpulan, terdapat beberapa saran agar PT Cipta Niaga mengambil suatu kebijakan untuk meningkatkan volume penjualannya dengan cara meningkatkan penggunaan saluran distribusi sebagai penopang aktivitas perusahaan.

B. Landasan Teori

1. Pengertian Pemasaran

Pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan oleh para pengusaha dalam usahanya dalam usahanya untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, untuk berkembang dan mendapatkan laba. Berhasil tidaknya dalam pencapaian tujuan bisnis tergantung pada kemampuan untuk mengkombinasikan fungsi-fungsi tersebut agar organisasi dapat berjalan dengan lancar.

Pengertian pemasaran menurut Suhardi Sigit (Suhardi Sigit, 1987:10) adalah semua kegiatan usaha yang diperlukan untuk mengakibatkan terjadinya perpindahan dari barang dan jasa untuk menyelenggarakan distribusi fisiknya.

Pengertian Pemasaran menurut William J. Stanton (Basu Swastha dan Irawan, 1990:5) adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang ditunjukkan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang

memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial.

Pemasaran adalah fungsi bisnis yang mengidentifikasi keinginan dan kebutuhan yang belum terpenuhi sekarang dan mengukur seberapa besarnya serta menentukan pasar- pasar target mana yang paling baik dilayani oleh perusahaan dan menentukan berbagai produk, jasa dan program yang tepat untuk melayani pasar tersebut (Phillip Kotler, 1992:1)

Pemasaran adalah suatu proses social dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran segala sesuatu yang bernilai (*product of vale*) dengan orang atau kelompok lain.(Phillip Kotler, 1999:7)

Maka definisi dari manajemen pemasaran terdiri dari beberapa konsep sebagai berikut : Kebutuhan, keinginan dan permintaan, produk, nilai, biaya dan kepuasan, pertukaran, transaksi dan hubungan, pasar; serta pemasaran dan pemasaran. (Phillip Kotler, 1999:7)

a. Proses Pemasaran

Proses pemasaran merupakan suatu proses dari berlangsungnya kegiatan pemasaran mulai dari sebelum awal produksi itu dilakukan sampai dengan kegiatan penjualan yang ditawarkan perusahaan pada konsumen. Usaha mempengaruhi konsumen tersebut dapat dilakukan pengusaha yang memanfaatkan kondisi

yang ada dalam diri individu konsumen itu maupun berbagai sarana yang dimiliki oleh perusahaan.

b. Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)

Bauran pemasaran merupakan inti dari sistem pemasaran perusahaan. Dalam definisinya bauran pemasaran yaitu : kombinasi dari empat variabel atau kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran perusahaan, yaitu: produk, struktur harga, kegiatan promosi, dan sistem distribusi (Basu Swasta, 1997:193). Masing-masing variabel bauran pemasaran dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Produk (*product*)

Yaitu segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk diperhatikan, dibeli, digunakan atau dikombinasikan untuk memenuhi kebutuhan.

2. Harga (*Price*)

Harga yaitu uang yang dibutuhkan mendapatkan suatu produk. Merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan dari penjualan, sedangkan unsur yang lain semata-mata merupakan unsur biaya.

3. Saluran Distribusi (*placement*)

Saluran distribusi terdiri dari seperangkat kegiatan yang mencakup perencanaan dan pelaksanaan bahan-bahan dan barang jadi dari tempat asal menuju tempat pemakaian atau

konsumsi untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dengan cara menghasilkan laba.

4. Promosi (*Promotion*)

Promosi merupakan kegiatan yang dilakukan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka mengenal akan produk yang ditawarkan oleh perusahaan dengan tujuan agar konsumen tertarik untuk membeli produk tersebut. Kegiatan promosi dapat dilakukan dengan:

- a). Promosi penjualan, seperti : adanya kupon berhadiah.
- b). Periklanan, ditujukan untuk mencapai pasar yang lebih luas yaitu dapat dengan menggunakan media misalnya surat kabar, televisi.

2. Pengertian Saluran Distribusi

Saluran distribusi kadang-kadang disebut juga sebagai saluran niaga atau saluran pemasaran karena pemasaran merupakan saluran yang digunakan oleh produsen untuk memasarkan barangnya kepada konsumen atau pemakai. Dapat tidaknya atau cepat tidaknya pendistribusian barang sampai kekonsumen tergantung pada aspek saluran distribusi ini. Kegiatan penyaluran produk tersebut sangat memerlukan kerjasama dari individu-individu maupun lembaga-lembaga yang terlibat, agar produk dapat sampai ke tangan konsumen secara tepat dan tepat.

Menurut Basu Swastha DH (1979: 2) saluran distribusi adalah saluran yang digunakan oleh produsen untuk menyalurkan barang tersebut dari produsen ke konsumen. Sedangkan saluran adalah sekelompok pedagang dan agen perusahaan yang mengkombinasikan antara pemindahan fisik dan nama dari suatu produk untuk menciptakan kegunaan bagi pasar tertentu.

Dengan demikian yang dimaksud saluran distribusi adalah arus barang dan jasa sejak dari produsen ke konsumen baik perpindahan itu dilaksanakan oleh lembaga lembaga perantara dengan tujuan hanya mengadakan perpindahan hak pilih.

Masalah pemilihan saluran distribusi merupakan masalah yang sangat penting, sebab kesalahan pemilihan dapat memperlambat usaha penyaluran barang dari produsen ke konsumen.

3. Fungsi Saluran Distribusi

Saluran distribusi menjalankan fungsi pemindahan barang dan jasa dari produsen ke konsumen. Hal ini untuk mengatasi kesenjangan waktu, tempat dan pemilihan memisahkan barang jasa, dalam pekerjaan ini para anggota saluran mempunyai tugas penting yang melibatkan fungsi utama dari saluran distribusi yaitu:

a. Fungsi pertukaran

Dalam fungsi ini diperlukan adanya transaksi antara dua pihak atau lebih. Fungsi yang ada dalam pertukaran adalah:

1) Pembelian

Merupakan usaha memilih barang-barang yang dibeli tersebut untuk dijual lagi atau digunakan sendiri dengan harga, pelayanan dari penjual dan kualitas tertentu. Oleh karena itu sebelum melakukan pembelian perlu diadakan analisa tentang sumber penyediaannya.

2) Penjualan

Dilakukan oleh pedagang besar sebagai alat pemasaran bagi produknya. Fungsi ini bertujuan untuk menjual barang dan jasa yang diperlukan sebagai sumber pendapatan untuk menutup biaya guna memperoleh laba.

3) Pengambilan Resiko

Untuk menghindari dan menanggulangi resiko terhadap semua masalah dalam pemasaran, sehingga akan melibatkan fungsi lain.

Ketiga fungsi pertukaran ini sangat penting dan saling berkaitan. Tanpa adanya kemauan untuk membeli dan tidak akan terjadi transaksi atau pertukaran.

b. Fungsi penyediaan fisik

Fungsi menyangkut pula perpindahan barang-barang secara fisik dari produsen ke konsumen. Ada empat fungsi yang terdapat di dalamnya yaitu:

1) Fungsi pengumpulan

Sebagai alat penyalur, perantara melakukan fungsi pengumpulan barang dari berbagai sumber atau dari berbagai macam barang dari sumber yang sama. Fungsi ini sangat membantu dalam meningkatkan efisiensi perusahaan.

2) Fungsi penyimpanan

Fungsi ini menciptakan manfaat atau kegunaan waktu karena melakukan penyesuaian antara penawaran dengan permintaan terhadap produk yang disalurkan.

3) Fungsi pemilihan

Dilakukan dengan cara menggolong-golongkan, memeriksa dan menentukan jenis barang yang disalurkan. Jadi perlu dipilih jenis mutu barang tersebut.

4) Fungsi penunjang

Fungsi ini bersifat membantu untuk menunjang terlaksananya fungsi yang lain, yaitu:

a) Pelayanan sesudah pembelian

Terutama untuk barang-barang tahan yang memerlukan pelayanan sesudah pembelian.

b) Pembelanjaan

Untuk memiliki informasi sangat diperlukan dalam penyaluran barang karena dapat membantu menentukan sumbernya.

c) Penyebaran informasi

Berbagai macam informasi sangat di perlukan dalam penyaluran barang karena dapat membantu menentukan sumbernya.

d) Koordinasi saluran

Dilakukan untuk mengkoordinasi semua lembaga yang terlibat dalam distribusi. Fungsi ini akan mempermudah pengembangan pelaksanaan dan teknik dalam penyalurannya.

e) Pemilihan saluran distribusi

Alternatif pemilihan saluran oleh perusahaan asing sering dilakukan dengan penggolongan barang yang ada yaitu: barang konsumsi dan barang industri.

f) Saluran distribusi barang konsumsi

Secara luas ada lima macam distribusi dalam pemasaran barang-barang konsumsi, yaitu:

1. Produsen→Konsumen

Merupakan saluran distribusi yang paling sederhana

untuk barang- barang konsumsi yaitu dari produsen langsung ke konsumen tanpa melalui perantara.

Produsen dapat menjual barang melalui pos atau langsung mendatangi ke rumah konsumen.

2. Produsen→Pengecer→Konsumen

Pengecer besar langsung melakukan pembelian pada produsen. Adapun beberapa produsen yang mendirikan toko pengecer sehingga dapat secara langsung mendatangi ke rumah konsumen.

3. Produsen→pedagang besar→pengecer→konsumen

Saluran ini sering digunakan oleh produsen, dan dinamakan sebagai saluran distribusi nasional, produsen hanya melayani penjualan dalam jumlah besar kepada pedagang besar saja. Tidak melayani kepada pengecer.

4. Produsen→Agen→Pengecer→Konsumen

Sasaran penjualannya terutama di tunjukkan kepada pengecer besar.

5. Produsen→Agen→Pedagang
besar→Pengecer→Konsumen

Dalam saluran distribusi produsen sering menggunakan agen sebagai perantara untuk menyalurkan barangnya kepada pedagang besar yang kemudian menjualnya kepada toko-toko kecil saluran distribusi untuk barang.

g) Saluran distribusi barang industri

Karena karakteristik yang ada pada barang industri berbeda dengan barang konsumsi, maka saluran

distribusinya pun berbeda. Ada empat macam saluran distribusi yang digunakan, yaitu :

1. Produsen→Pemakai Industri

Hubungan ini langsung menyalurkan produk industri dengan nilai lebih besar disbanding dengan saluran distribusi lainnya. Pada umumnya langsung menjual kepada pemakai.

2. Produsen→Distributor Industri→Pemakai

Produsen sering sekali menggunakan distributor industri untuk memasuki pasar.

3. Produsen→Agen→Pemakai

Saluran ini sangat penting untuk perusahaan yang tidak mempunyai saluran pemasaran sendiri, juga bagi perusahaan yang memasuki produk baru.

4. Produsen→Agen→Distributor industri→Pemakai

Biasanya digunakan pada saat produsen tidak mampu menjual lewat agen langsung pada pemakai industri. Dalam keadaan ini jasa perdagangan distributor industri di pergunakan.

4. Keputusan Saluran Distribusi mempunyai dua komponen pokok yaitu:

a. Strategi Distribusi

Dalam hal ini perusahaan menentukan arah untuk menyalurkan produknya ke dalam pasar. Perusahaan perlu menentukan pilihan perantara yang akan digunakan dalam menjual produknya.

b. **Penentuan Lokasi**

Perusahaan diarahkan pada jumlah dan lokasi penjualan. Disini perusahaan perlu mempertimbangkan berapa banyak tempat penjualan yang maksimal serta lokasi yang paling baaik yang harus disediakan untuk memasarkan produknya.

5. Tugas-Tugas Saluran Distribusi

Fungsi dari saluran distribusi adalah memindahkan barang dari produsen ke konsumen. Untuk menjalankan fungsi distribusi tersebut, para anggota bagian distribusi mempunyai tugas-tugas :

- a. Riset, yaitu pengumpulan informasi penting untuk merencanakan dan membuat kelancaran distribusi.
- b. Promosi, untuk menyebarkan dan mengembangkan komunikasi persuasive tentang produk yang dihasilkan.
- c. Kontak, menemukan dan berkomunikasi dengan para pembeli.
- d. Pencocokan, membentuk dan mencocokkan produk dengan apa saja yang diminta oleh pembeli.
- e. Negoisasi, mencoba untuk menyepakati harga dan sayarat – syarat lain sehingga memungkinkan pemindahan hak milik
- f. Distribusi fisik, bagaimana perusahaan mengangkut dan menyimpan barang

- g. Pembiayaan, meminta dan memanfaatkan dana untuk menutup biaya – biaya dalam pekerjaan saluran distribusi
- h. Pengambilan resiko, menanggung resiko sehubungan dengan pelaksanaan saluran distribusi.

6. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Dalam Pemilihan Saluran Distribusi

Dalam pemilihan saluran distribusi produsen harus memperhatikan faktor-faktor yang berpengaruh (Phillip Kotler, 1992:213). Faktor-faktor yang berpengaruh antara lain :

a. Pertimbangan pasar

Saluran pemilihan distribusi sangat dipengaruhi oleh pembelian konsumen sehingga keadaan pasar menjadi faktor penentu dalam pemilihan saluran. faktor yang harus diperhatikan adalah:

1. Konsumen (pasar industri)

Jika pasarnya berupa konsumen dan pasar industri, perusahaan akan lebih menggunakan satu saluran.

2. Jumlah pembeli potensial

Jika konsumen relative kecil dalam pasarnya, maka perusahaan dapat menggunakan penjualan secara langsung kepada pemakai.

3. Konsentrasi pasar secara geografis

Secara geografis pasar dapat dibagi kedalam berbagai konsentrasi seperti industri textile, dan industri kertas untuk daerah yang

mempunyai tingkat kepadatan yang tinggi maka perusahaan dapat menggunakan distributor industri.

4. Jumlah pesanan

Jika volume yang dibeli oleh pemakai industri tidak begitu besar maka perusahaan dapat menggunakan distributor industri (untuk barang-barang jenis perlengkapan operasi).

5. Kebiasaan dalam pembelian

Kebiasaan dalam pembelian ini antara lain :

- a) Kemauan untuk membelanjakan uangnya.
- b) Tertariknya pada pembelian kredit
- c) Lebih senang melakukan pembelian tidak berkali-kali
- d) Tertariknya pada pelayanan penjual

b. Pertimbangan barang

Faktor-faktor yang dipertimbangan antara lain :

a) Nilai unit

Jika nilai unit dari barang yang dijual relative rendah maka produsen akan menggunakan saluran distribusi yang panjang, dan sebaliknya jika unitnya relative maka saluran distribusinya pendek.

b) Besar dan berat barang

Jika ongkos angkut terlalu besar dibandingkan dengan nilai barangnya, sehingga terdapat beban yang berat bagi perusahaan, maka sebagian berat tersebut dialihkan ke

perantara. Jadi perantara ikut menanggung sebagian dari ongkos angkut.

c) Keawetan barang

Jika barang yang dijual mudah rusak maka perusahaan tidak perlu menggunakan perantara jika ingin menggunakan perantara maka harus dipilih perantara yang memiliki fasilitas penyimpanan yang cukup baik.

d) Barang standart dan pesanan

Jika barang yang dijual berupa barang standart maka dipelihara sejumlah persediaan pada penyalur. Demikian pula sebaliknya, kalau barang yang dijual berupa barang pesanan maka penyalur tidak perlu memelihara persediaan.

c. Pertimbangan perusahaan

Faktor-faktor yang perlu diperhatikan :

1) Sumber pembelanjaan

Perusahaan yang ingin menjual barang baru atau ingin memasuki pasar baru biasanya menggunakan perantara karena perantara umumnya memiliki pengalaman.

2) Pelayanan yang diberikan penjual

Apabila perusahaan memberikan pelayanan yang baik maka akan banyak perantara yang mau bersedia menjadi penyalurnya.

d. Pertimbangan perantara

Faktor-faktor yang perlu diperhatikan antara lain :

1) Pelayanan yang diberikan oleh perantara

Apabila produsen mau memberikan pelayanan yang lebih baik maka akan banyak perantara yang bersedia sebagai penyalurnya.

2) Kegunaan prantara

Sebagai penyalur barang dari produsen ke konsumen atau pemakai industri.

3) Sikap perantara terhadap kebijaksanaan produksi

Apabila perantara bersedia menerima resiko yang dibebankan oleh produsen, misalnya resiko turunnya harga, maka produsen dapat memilih perantara tersebut sebagai penyalur.

4) Volume penjualan

Produsen biasanya memilih perantara yang mampu menawarkan barangnya dalam volume yang besar.

5) Ongkos

Apabila dengan menggunakan perantara ongkos dalam penyaluran barang lebih murah maka hal ini akan dapat terus dilaksanakan.

e. Perantara dalam saluran distribusi

Masalah yang dihadapi setelah penentuan saluran distribusi yang dipakai adalah penentuan jumlah perantara yang akan ditempatkan pada tingkat eceran.

Ada tiga strategi yang tersedia yaitu :

a. Distribusi intensif

Perusahaan menggunakan jumlah penyalur yang sebanyak-banyaknya untuk mencapai konsumen agar kebutuhan mereka cepat terpenuhi. Strategi ini biasanya digunakan untuk produk yang mudah ditemukan.

b. Distribusi selektif

Perusahaan atau produsen berusaha memilih sejumlah pedagang besar dan pengecer (perantara) yang bersedia menjual produk tertentu. Strategi ini digunakan oleh perusahaan mapan dan perusahaan baru yang berusaha mendapatkan distributor.

c. Distribusi eksklusif

Produsen secara sengaja membatasi jumlah perantara yang menangani produknya di daerah tertentu. Hal ini dilakukan bila produsen ingin mengendalikan jasa dan pelayanan yang ditawarkan oleh perantara itu.

C. Hipotesis

Diduga penggunaan saluran distribusi pada perusahaan mebel sartono arts efektif dan efisien.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Gambaran Umum Perusahaan

Sejarah berdirinya perusahaan

Perusahaan mebel Sartono yang berasal dari Kabupaten Klaten berdiri sejak 1984, perusahaan ini didirikan oleh Bapak Sartono Hadi Subroto. Pemberian nama perusahaan diambil dari nama depan pendirinya yaitu bapak Sartono. Pada awal mula berdirinya bapak Sartono hanyalah seorang penjual mebel – mebel kuno (barang antik) yang penjualannya berskala kecil. mebel – mebel itu beliau peroleh dari kabupaten Ponorogo Propinsi Jawa Timur, dan sebagian dari daerah di Jawa Tengah seperti Jepara, Kudus, Rembang dan daerah yang lain. Mebel – mebel itu dibeli pak Sartono kemudian beliau jual kembali. Contoh mebel yang diperjual belikan adalah : tempat tidur, almari, meja, kursi, dan pernak pernik lainnya yang sudah kuno. Karena prospek penjualan mebel antik akan berkurang karena kelangkaan persediaan, maka bapak Sartono mempunyai ide baru dengan cara membuat mebel bermotif antik dengan menggunakan kayu jati yang baru.

Dari laba penjualan mebel tersebut bapak Sartono kemudian berani mendirikan perusahaan mebel yang berskala ekspor seperti saat ini. Daerah pemasaran mebel Sartono meliputi daerah luar negeri seperti Italia, Perancis, Belanda, Australia dan Amerika Serikat. Selain daerah pemasaran luar negeri mebel Sartono juga mempunyai daerah pemasaran domestik seperti Jakarta,

Bandung, Semarang, dan Yogyakarta. Perusahaan mebel Sartono saat ini merupakan salah satu mebel terbesar di kabupaten klaten. Mebel Sartono memosisikan dirinya sebagai mebel yang hanya menerima pesanan produk mebel yang terbuat dari kayu jati.

1. Visi dan Misi Perusahaan

Visi perusahaan ini adalah

- a. Berperan dalam meningkatkan kegiatan ekonomi masyarakat.
- b. Ikut andil dalam pelaksanaan pembangunan nasional.
- c. Pemberdayaan sumber daya baik alam dan manusia.
- d. Peran serta menyejahterakan masyarakat.

Misi perusahaan adalah :

- a. Memenuhi kebutuhan akan aksesoris perumahan seperti meja, kursi, almari, dan pernak - pernik rumah lainnya.
- b. Menciptakan lapangan kerja dan memanfaatkan sumber daya yang ada.
- c. Mencari keuntungan demi kelangsungan hidup perusahaan.

2. Tempat dan Lokasi Perusahaan

Tempat dan lokasi suatu perusahaan sangat mempengaruhi kemajuan dan aktivitas perusahaan. Tempat dan lokasi yang strategis akan mendukung kemajuan perusahaan dimasa yang akan datang. begitu juga pemilihan lokasi yang dilakukan oleh perusahaan Mebel Sartono art, sebelum menentukan lokasi yang akan dijadikan tempat operasi perusahaan ini telah dipertimbangkan dengan sungguh – sungguh tentang baik dan buruknya.

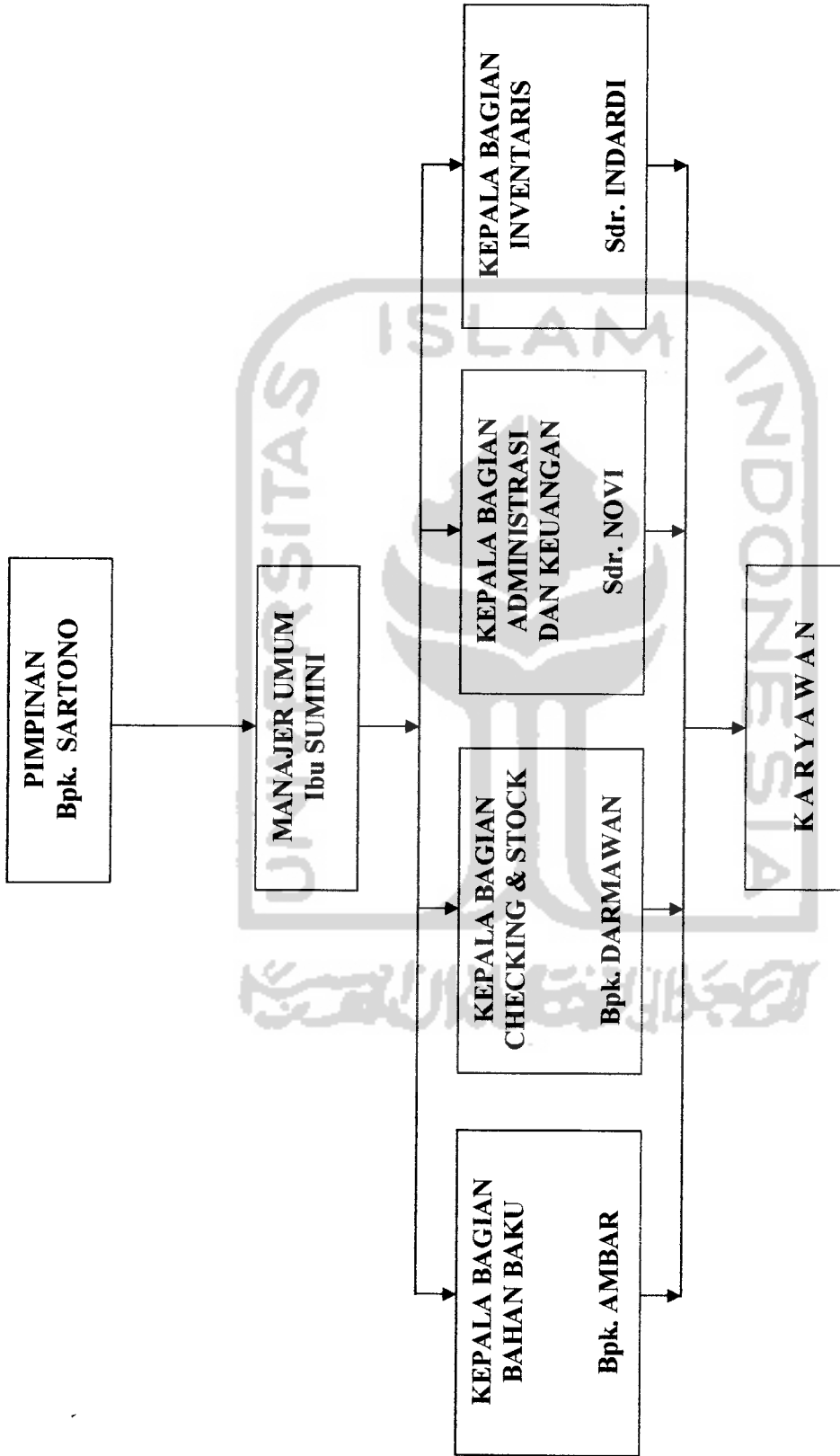
Berdasarkan pertimbangan biaya, bahan baku, tenaga kerja, pajak dan pemasaran maka dipilihlah jalan raya Klaten – Solo km8 tepatnya di Desa Penggung, Kelurahan Jambukulon, Kecamatan Ceper Kabupaten Klaten sebagai lokasi perusahaan. Adapun penentuan lokasi ini didasari oleh banyak pertimbangan antara lain :

- a. Kemudahan dalam memperoleh bahan baku berupa bahan dasar kayu jati
- b. Kemudahan dalam memperoleh tenaga kerja yang didapat dari masyarakat disekitar lokasi pabrik.
- c. Lokasi perusahaan dekat dengan jalan raya sehingga memudahkan dalam transportasi dan pemasaran.
- d. Lokasi perusahaan masih memungkinkan untuk usaha ekspansi perusahaan

Perusahaan Mebel Sartono saat ini menempati lokasi atau areal 4200 m², yang diperuntukkan untuk menunjang administrasi dan untuk bagian produksi atau pabrik menempati tanah seluas 22400 m².

3. Struktur Organisasi dan Pembagian Tugas

Perusahaan Mebel Sartono art dikelola secara kekeluargaan struktur organisasinya berbentuk lini (garis), sehingga kekuasaan mengalir dari pimpinan, manajer umum dan mengalir terus ke karyawan dibawah. Secara sistematis struktur organisasi perusahaan Mebel Sartono dapat dilihat dari gambar berikut ini :



ua. Pimpinan

1) Fungsi pokok

- a. Sebagai pemilik perusahaan.
- b. Memimpin seluruh aktivitas perusahaan.

2) Tugas

- a. Melakukan kegiatan yang berhubungan dengan pihak luar.
- b. Menetapkan tujuan dan garis – garis kebijaksanaan perusahaan.
- c. Menyerahkan dan mengawasi kegiatan perusahaan.

3) Tanggung jawab

Bertanggung jawab dalam pengelolaan dan kelancaran kegiatan operasional perusahaan.

4) Wewenang

Memberikan nasehat, bimbingan serta petunjuk kepada bawahan dan memberikan sanksi kepadanya.

b. Manajer umum

1). Fungsi pokok

Sebagai pendamping pimpinan dalam memimpin perusahaan.

a. Tugas

Membantu pimpinan dalam memimpin perusahaan demi kelancaran aktivitas perusahaan

b. Wewenang

Memberikan nasehat, bimbingan serta petunjuk kepada bawahan dan memberikan sanksi apabila pimpinan tidak ada atau berhalangan hadir.

c. Tanggung jawab

Bertanggung jawab terhadap kelancaran aktivitas perusahaan

d. Hubungan organisasional

Dalam melaksanakan fungsinya manajer umum bertanggung jawab kepada pimpinan.

c. Kepala bagian bahan baku

Mempersiapkan proses persiapan pengambilan bahan baku sampai dengan meneliti sampel kayu yang akan digunakan.

d. Cheking stock dan operasional pabrik

1). Fungsi pokok

Sebagai penanggung jawab dari aktivitas yang berhubungan dengan persediaan barang dan proses produksi.

2). Tugas

a. Menginventarisir segala produk yang telah siap untuk dipasarkan dengan mencatat pemasukan dan pengeluaran yang ada

b. Merencanakan aktivitas operasional dari masing – masing proses produksi

- 3). Wewenang
 - Memberi pengarahan dan petunjuk bagian persediaan dan kegiatan produksi
- 4). Tanggung jawab
 - Bertanggung jawab atas persediaan barang dan kelancaran proses produksi dan kualitas produksi
- 5). Hubungan operasional
 - Kepala bagian produksi bertanggung jawab kepada manajer umum
- e. Kepala bagian administrasi dan keuangan
 - 1). Fungsi pokok
 - Kepala bagian keuangan melaksanakan fungsi yang berhubungan dengan pengelolaan administrasi dan keuangan perusahaan
 - 2). Tugas
 - a. Mencatat seluruh transaksi dan mengkalkulasi seluruh keuangan yang ada diperusahaan
 - b. Mencatat, membuat file dan mengumpulkan data yang ada diperusahaan
 - c. Membuat susunan laporan pertanggung jawaban keuangan dan menunjukkan bukti – bukti, kwitansi, dan catatan yang berhubungan dengan laporan
- 3). Wewenang

Melakukan pencatatan administrasi, mengendalikan dan menguasai pelaksanaan penerimaan dan penggunaan dana yang tersedia sehingga terjamin

4) Tanggung jawab

Bertanggung jawab terhadap urusan administrasi, penerimaan, penyimpanan dan pengeluaran keuangan

5) Hubungan operasional

Dalam pelaksanaan fungsinya kepala bagian keuangan bertanggung jawab kepada manajer umum

d. Kepala bagian stock dan inventaris

a) Fungsi pokok

Melakukan pencatatan seluruh barang – barang inventaris perusahaan

2). Tugas

Mencatat seluruh inventaris barang yang dimiliki perusahaan seperti mobil, mesin, bangunan dan stock barang yang tersedia dibagian stock kontrol

3) Wewenang

Memberikan pengarahan dan petunjuk kepada karyawan sub bagian bengkel/teknik mengenai pemeliharaan dan perbaikan peralatan produksi demi kelancaran aktivitas

4). Tanggung jawab

Bertanggung jawab atas kelancaran tugas – tugas yang telah dilimpahkan

5). Hubungan operasional

Dalam melaksanakan fungsinya kepala bagian bengkel bertanggung jawab kepada manajer umum.

4. Personalia

a. Jumlah dan jenis tenaga kerja

Faktor tenaga kerja sangat penting dalam perusahaan adalah faktor tenaga kerja baik langsung maupun tidak langsung. Keberhasilan perusahaan dipengaruhi oleh kualitas produktivitas dan loyalitas tenaga kerja terhadap perusahaan. Dalam menjalankan operasinya perusahaan Mebel Sartono art mempekerjakan sekitar 100 karyawan. Para karyawan bekerja 1 shift dalam setiap hari kerja. Mereka terbagi dalam kelompok tenaga kerja harian dan tenaga kerja borongan. Dengan perincian sebagai berikut :

- 1) jumlah karyawan borongan (tukang kayu) : 60 karyawan.
- 2) jumlah karyawan harian (tukang bagian finishing) : 40 karyawan.

b. Hari dan jam kerja

Jam kerja yang berlaku dalam perusahaan Mebel Sartono art adalah 8 jam kerja per hari, dengan perincian sebagai berikut :

- 1). senin – sabtu mulai pukul 08.00 – 16.00 istirahat 12.00 – 13.00
- b) jumat mulai pukul 08.00 -16.00 istirahat 11.30 – 13.00

c. Perhitungan upah atau gaji

Macam upah yang diberikan kepada karyawan adalah sebagai berikut :

1). Upah mingguan

Upah ini biasanya diberikan kepada karyawan finishing (pelitur + ampals) dan bagian dapur besarnya upah yang diterima oleh masing – masing karyawan berbeda – beda, hal ini disebabkan oleh lama masa pengabdian karyawan tersebut kepada perusahaan. Karyawan yang masa kerjanya lebih dari 3 tahun mendapatkan gaji 15.000 perhari sedangkan bagi karyawan yang masa kerjanya kurang dari 3 tahun mendapatkan gaji 10.000 per hari

2). Upah borongan

Upah ini biasanya diberikan kepada karyawan bagian pembuatan mebel (tukang kayu) besarnya upah tergantung dari berapa barang mebel yang dihasilkan dalam 1 minggu. Upah untuk 1 buah almari 250.000 per biji, 1 buah meja 100.000 per biji, kursi 45.000 per biji. Upah tersebut dapat berubah tergantung besar – kecilnya ukuran almari, meja, kursi yang dibuat.

d. Hasil produksi

Hasil produksi yang dihasilkan perusahaan Mebel Sartono adalah sebagai berikut :

1. Almari yang terdiri dari berbagai macam jenis, antara lain :

a) Almari cabinet jawa knockdown

b) Almari cabinet jawa biasa

- c) Alamari meru
 - d) Alamari kompeni
 - e) Alamari panel T
 - f) Alamari Bar – Bar
 - g) Almari tv
 - h) Alamari sesuai pesanan pembeli.
2. Meja yang terdiri dari berbagai macam jenis antara lain :
- a) Meja Glend
 - b) Meja Baden mayer pakai Papan
 - c) Meja baden mayer pakai marmer
 - d) Meja kantor
 - e) Meja marmer persegi
 - f) Meja sudut
3. Kursi yang terdiri dari berbagai jenis antara lain :
- a) Kursi Ming
 - b) Kursi Matahari
 - c) Kursi Raffles
 - d) Kursi koboi
 - e) Kursi Lenong
 - f) Dan berbagai kuri sesuai pesanan pembeli
- e. Proses produksi.
- Proses produksi merupakan salah satu proses terpenting dalam suatu perusahaan. Proses produksi yang efisien dan efektif dapat

menguntungkan perusahaan, oleh karena itu proses produksi yang dilakukan oleh perusahaan Mebel Sartono art dimulai dari penggergajian kayu yang masih berbentuk kayu gelondong lalu dipotong sesuai dengan kebutuhan atau jenis ukuran, kemudian potongan kayu tersebut dimasukan kedalam oven agar kadar air dalam kayu berkurang sehingga kayu benar – benar kering dan siap untuk dibuat almari, meja dan kursi. Setelah selesai dibagian pembuatan (bagaian tukang) almari, kursi, meja dikirim kebagian finishing untuk diberi warna sesuai dengan permintaan pembeli. Setelah itu barang dipacking dan siap untuk dikirim.

F. Sistem pemasaran

Kegiatan pemasaran mempunyai peranan penting dalam kaitannya dengan target keuntungan perusahaan. Perusahaan Mebel Sartono art menyadari betul akan hal ini, maka dalam pemasaran produknya perusahaan Mebel Sartono art selalu berusaha untuk mencapai penjualan dengan laba maksimal. Faedah – faedah yang dapat diambil dalam sistem pemasaran adalah faedah waktu, faedah tempat, faedah milik dan faedah pemilihan.

Untuk memberikan kepuasan konsumen perusahaan dituntut agar memproduksi barang yang berkualitas, hal ini sangat penting karena di era persaingan yang cukup ketat ini hanya produk – produk yang unggulan yang dapat bersaing dengan produk lain. Oleh karena itu usaha yang dilakukan perusahaan Mebel Sartono adalah

1. Mendapatkan regrestasi standar nasional indonesia agar produk yang dihasilkan bisa diterima dikalangan luas karena sudah ada jaminan dalam kualitas
2. Menndaftarkan hak cipta merek sebagai langkah – langkah antisipasi atas pemalsuan produk oleh perusahaan lain tanpa ijin atau lisensi dari perusahaan Mebel Sartono art.

Disamping hal itu Perusahaan Mebel Sartono art juga memberikan perhatian Khusus terhadap aspek – aspek pemasaran. Aspek – aspek tersebut antara lain:

1. Promosi

Dalam rangka memberikan pelayanan yang memuaskan bagi konsumen serta sebagai upaya promosi tak langsung, perusahaan memberi potongan atau diskon tertentu kepada pembeli yang membeli mebel sampai batas tertentu. Dalam usaha meningkatkan volume penjualan perusahaan juga melakukan promosi baik melalui media cetak dan media elektronik.

2. Daerah Pemasaran.

Adapun daerah pemasaran perusahaan Mebel Sartono sangat luas dibagi menjadi dua bagian daerah pemasaran yaitu lokal dan daerah ekspor. Daerah lokal meliputi Yogyakarta, Jakarta, Bali, Solo, Semarang, Jepara. Sedangkan daerah ekspor meliputi negara Amerika Serikat, Belanda, Australia, Italia, Kanada, Hongkong, dan Singapura.

3. Saluran Distribusi

Saluran distribusi dalam suatu perusahaan merupakan suatu hal yang sangat penting, sebab kegagalan dalam menentukan saluran distribusi akan berakibat fatal bagi perusahaan yaitu tidak laku terjualnya produk yang dihasilkan. Jika dilihat pada saluran distribusi yang digunakan perusahaan Mebel Sartono art disamping menjual barang secara langsung kepada konsumen, perusahaan juga melakukan penjualan secara tidak langsung kepada konsumen.

Saluran distribusi yang digunakan Mebel Sartono art adalah saluran distribusi langsung dan saluran distribusi tak langsung. Saluran distribusi langsung ialah melayani konsumen yang datang langsung ke perusahaan atau show room utama yang terletak di jalan Klaten – Solo km 8. didesa penggung. Sedangkan yang tak langsung melayani konsumen yang datang dikantor cabang yang ada contohnya di cabang Bali, Jakarta, Surabaya dan Jepara.

B. Variabel penelitian.

1. Biaya distribusi langsung
2. Biaya distribusi tidak langsung
3. Harga jual mebel
4. Potongan penjualan mebel
5. Volume penjualan mebel

C. Definisi Operasional Variabel

1. Biaya distribusi langsung

keseluruhan biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk membiayai proses produksi pada saluran distribusi langsung

2. Biaya distribusi tidak langsung

keseluruhan biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk membiayai proses produksi pada saluran distribusi tidak langsung

3. Harga jual per unit mebel

Sejumlah biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk menjual per unit barang mebel.

4. Potongan penjualan mebel

Sejumlah potongan harga jual yang diberikan perusahaan kepada konsumen untuk setiap penjualan barang mebel.

5. Volume penjualan

Besarnya jumlah penjualan mebel dalam jangka waktu tertentu.

C. Alat atau instrumen pengumpulan data.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan alat pengumpul data berupa kuesioner tertutup dalam mencari atau mengumpulkan data.

D. Data dan tehnik pengumpulan data

1. Jenis penelitian

- a. Penelitian kepustakaan (Library Research)

Penelitian ini dilakukan untuk digunakan didalam analisis kasus yang akan dibuat oleh mahasiswa. Yang diperoleh dari beberapa literatur yang banyak berhubungan dengan masalah yang diteliti

b. Penelitian Lapangan (Field Research)

Penelitian ini dilakukan secara langsung kelapangan untuk mengadakan pengamatan dan pengambilan data, juga diperoleh dari wawancara dengan bagian humas perusahaan yang dikunjungi. Penelitian yang dilaksanakan yaitu terjun langsung untuk memperoleh data primer dari perusahaan Mebel Sartono arts di Klaten.

2. Jenis Data yang Diambil

Data yang diperlukan dalam penelitian ini ada dua jenis yaitu :

a. Data Primer

Data yang diperoleh secara langsung dan kemudian diolah kembali untuk menyusun karya ilmiah.

b. Data Skunder

Data yang dikumpulkan dari lembaga atau intansi yang berkait dengan penelitian.

3. Tehnik Pengumpulan Data

a. Tehnik Observasi

Pengamatan yang dilakukan menggunakan metode analisis yang didasarkan pada analisa variabel – variabel yang menguraikan data dalam bentuk kata – kata. analisis yang digunakan adalah kriteria penentuan saluran distribusi yang berhubungan dengan perusahaan.

b. Teknik Wawancara

Wawancara merupakan metode pengumpulan data dengan cara bertanya langsung, dalam wawancara terdapat interaksi langsung antara pewawancara dengan responden. Wawancara dilakukan kepada Staff Humas Mebel Sartono arts yang memberikan informasi yang diperlukan dalam penjelasan yang diberikan oleh pihak perusahaan.

c. Teknik pencatatan

Cara pengumpulan data dengan mencatat semua data sekunder dari dinas atau instansi yang berkaitan dengan masalah yang diteliti

4. Teknik Analisis Data

Dianalisis secara deskriptif, artinya mengelompokkan data mengelompokkan data, memilah - milah data, memberikan gambaran serta penjelasan pada data dengan menggunakan teori yang ada dalam landasan teori, untuk kemudian diambil kesimpulan. Pola pikir yang digunakan untuk teknik analisis data secara deskripsi adalah induktif, artinya pola pikir yang mulai dari pertanyaan-pertanyaan yang bersifat khusus sebagai hasil pengamatan secara empiris kemudian ditarik kesimpulan ke pertanyaan-pertanyaan yang bersifat umum.

Dalam penelitian digunakan teknik analisis kualitatif dan kuantitatif yang terdiri dari analisis efektifitas dan analisis efisiensi penggunaan saluran distribusi.

BAB IV

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Data yang digunakan

Untuk menganalisis efektifitas dan efisiensi penggunaan saluran distribusi, maka kita analisis terlebih dahulu tingkat efektivitas dan efisiensi penggunaan saluran distribusi yang digunakan oleh Mebel Sartono Arts, digunakan analisis kualitatif dan kuantitatif yang terdiri dari :

1. Analisis efisiensi

Yaitu analisis untuk mengetahui manakah diantara saluran distribusi langsung dan saluran distribusi tidak langsung yang paling efisien. Hal ini dapat diketahui dengan cara menjumlahkan total biaya dari masing – masing saluran kemudian dihitung volume penjualan equilibriumnya. Setelah diketahui volume penjualan lebih dari volume penjualan equilibriumnya maka dapat diketahui saluran distribusi manakah yang paling efisien adalah saluran distribusi langsung. Demikian juga sebaliknya jika volume penjualan kurang dari volume penjualan equilibrium berarti saluran distribusi tidak langsung adalah saluran yang paling efisien. Untuk mendukung keakuratan analisis efisiensi dapat juga dilakukan analisis finansial dengan menggunakan analisis operating ratio. Yaitu analisis yang dilakukan untuk menghitung biaya operasi per rupiah penjualan. setiap rupiah penjualan berarti mempunyai penjualan ratio sebesar nilai operating ratio. Semakin besar ratio ini berarti menandakan kondisi finansial yang semakin buruk.

2. Analisis Efektifitas

Customer service adalah mengidentifikasi jasa pelayanan yang diinginkan pelanggan dan kemudian memilih saluran distribusi dengan cara mencocokkan kesanggupan dan kesediaan setiap alternatif saluran untuk memenuhi jasa yang dimaksud. Cara kedua dapat pula dengan memberikan daftar jasa yang diberi bobot tertentu kemudian memberi ranking masing – masing alternatif saluran dan memilih saluran distribusi yang skor kumulatifnya lebih besar.

Untuk menganalisis efisiensi dalam perusahaan Mebel Sartono Arts diperlukan beberapa variabel analisis yaitu komponen biaya tetap dan komponen biaya variabel.

a. Komponen biaya tetap (fixed cost)

Komponen biaya tetap dalam penelitian yaitu :

- 1) Biaya penjualan
- 2) Biaya pergudangan
- 3) Biaya pengiriman

b. Komponen biaya variabel

- 1) Volume penjualan
- 2) Potongan penjualan

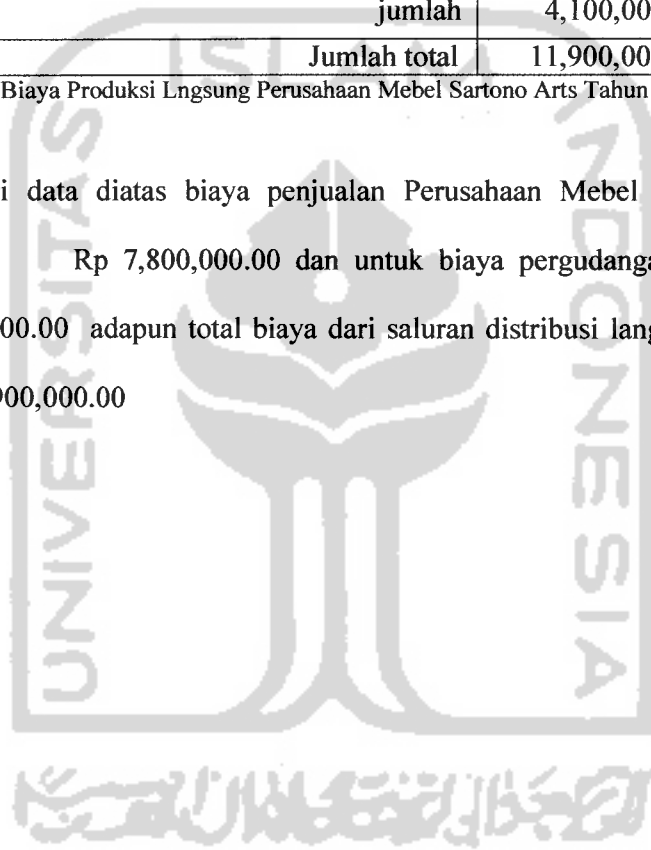
Tabel 4.1

Biaya Produksi Langsung Perusahaan Mebel Sartono Arts
Tahun 2005

Biaya penjualan	
1. Gaji pegawai penjualan	Rp 7,500,000.00
2. Biaya penjualan	Rp 300,000.00
jumlah	Rp 7,800,000.00
Biaya pergudangan	
1. Gaji pegawai pergudangan	2,950,000.00
2. Biaya gudang rutin	1,150,000.00
jumlah	4,100,000.00
Jumlah total	11,900,000.00

Sumber: Laporan Biaya Produksi Lngsung Perusahaan Mebel Sartono Arts Tahun 2005

Dari data diatas biaya penjualan Perusahaan Mebel Sartono Arts sebesar Rp 7,800,000.00 dan untuk biaya pergudangan adalah Rp 4,100,000.00 adapun total biaya dari saluran distribusi langsung adalah Rp 11,900,000.00



Tabel 4.2

Biaya Distribusi Tidak Langsung Perusahaan Mebel Sartono Arts
Tahun 2005

Biaya produksi	Show Room Sartono, Jl Seminyak Bali	Show Room Sartono Arts. Jakarta	Rumah Mebel Sartono Art. jebara	Show Room Sartono Arts. Surabaya	jumlah
1. Biaya pegawai gudang	1,880,000.	1,880,000.	1,880,000.	1,880,000.	7,520,000.
2. Biaya onderdil angk	8,088,000.	8,088,000.	8,088,000.	8,088,000.	32,352,000.
3. Biaya gudang rutin	1,800,000.	1,400,000.	1,950,000.	2,100,000.	7,250,000.
4. Biaya pgrmn angk	4,960,000.	4,960,000.	4,960,000.	4,960,000.	19,840,000.
jumlah	16,728,000	16,328,000	16,828,000.	17,028,000.	66,602,000.

Sumber: Laporan Biaya Distribusi Tidak Langsung Perusahaan Mebel Sartono Arts Tahun 2005.

Dari data distribusi tidak langsung perusahaan Mebel Sartono Arts dapat dilihat bahwa gaji pegawai gudang adalah Rp 7,520,000. Biaya onderdil angkutan kendaraan sebesar Rp 32,352,000 biaya gudang rutin sebesar Rp 7,250,000. dan biaya pengiriman sebesar Rp 19,840,000. adapun total biaya dari distribusi tidak langsung Rp 66,602,000.

Tabel 4.3

Harga Jual Mebel Sartono Arts
Tahun 2005

Jenis Mebel	Distribusi langsung	Distribusi tidak langsung			
		Show Room Sartono, Seminyak Bali	Room Arts. Jl	Show Room Sartono Arts. Jakarta	Rumah Mebel Sartono Art. jepara
Almari	2,500,000,00	2,525,000,00	2,575,000,00	2,600,000,00	2,650,000,00
Meja	1,550,000,00	1,575,000,00	1,625,000,00	1,675,000,00	1,725,000,00
Kursi	350,000,00	375,000,00	390,000,00	410,000,00	430,000,00
Tempat Tidur	3,200,000,00	3,250,000,00	3,375,000,00	3,425,000,00	3,475,000,00
Cermin	500,000,00	525,000,00	575,000,00	625,000,00	675,000,00

Sumber : Laporan harga jual Mebel Sartono Arts Tahun 2005

Dari data diatas dapat diketahui harga jual jenis – jenis produk mebel Perusahaan Mebel Sartono Arts untuk masing – masing saluran distribusi terdapat perbedaan harga diantara kedua saluran distribusi tersebut. sebagai contoh, untuk jenis produk mebel almari terdapat perbedaan harga antara saluran distribusi langsung dan tidak langsung, bahkan diantara agen- agen pada saluran distribusi tidak langsung juga terdapat perbedaan harga penjualan. Hal ini disebabkan karena perbedaan biaya pengiriman barang dari pusat ke agen – agen yang dituju. Dalam hal ini penentuan harga mempengaruhi besarnya volume penjualan pada Perusahaan Mebel Sartono Arts. Pengertian harga itu sendiri adalah uang yang dibutuhkan mendapatkan suatu produk. Merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang

menghasilkan pendapatan dari penjualan, sedangkan unsur yang lain semata-mata merupakan unsur biaya. Harga merupakan salah satu penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Untuk mencapai penjualan maksimal perusahaan perlu mengetahui seluk beluk pemasaran, maka perusahaan perlu menetapkan suatu kebijakan harga, karena kebijakan harga dari bulan kebulan akan berubah.

Tabel 4.4
Potongan Harga Mebel Sartono Arts
Tahun 2005

Jenis Mebel	Distribusi langsung	Distribusi tidak langsung				
		Show Room Sartono, Seminyak Bali	Room Jl Jakarta	Show Room Sartono Arts, Jakarta	Rumah Mebel Sartono Art, jepara	Show Room Sartono Arts, Surabaya
Almari	100,000,00	50,000,00	50,000,00	50,000,00	50,000,00	50,000,00
Meja	100,000,00	50,000,00	50,000,00	50,000,00	50,000,00	50,000,00
Kursi	100,000,00	50,000,00	50,000,00	50,000,00	50,000,00	50,000,00
Tempat Tidur	100,000,00	50,000,00	50,000,00	50,000,00	50,000,00	50,000,00
Cermin	100,000,00	50,000,00	50,000,00	50,000,00	50,000,00	50,000,00
Jumlah	100,000,00	50,000,00	50,000,00	50,000,00	50,000,00	50,000,00

Sumber : Potongan Setiap Pembelian Mebel Sartono Arts

Dari data diatas dapat diketahui potongan pembelian untuk setiap pembelian produk mebel di Perusahaan Mebel Sartono Arts. Ada perbedaan besarnya potongan penjualan pada saluran distribusi langsung dan saluran distribusi tidak langsung. Potongan penjualan pada saluran distribusi langsung sebesar Rp 100,000.00 sedangkan saluran distribusi tidak langsung sebesar Rp 50,000.00. perbedaan potongan pembelian ini terjadi karena perbedaan pada biaya

pengiriman pada masing – masing saluran distribusi. potongan harga tersebut diberikan pada konsumen yang membeli produk – produk mebel di Perusahaan Mebel Sartono Arts dalam jumlah tertentu. Hal ini disebabkan Perusahaan Mebel Sartono Arts menggunakan strategi penetapan harga fleksibel.

Tabel 4.5

Volume penjualan Perusahaan Mebel Sartono Arts Tahun 2005

Jenis Mebel	Distribusi langsung	Distribusi tidak langsung			
		Show Room Sartono, Seminyak Bali	Room Jl Jakarta	Show Room Sartono Arts. Jakarta	Rumah Mebel Sartono Art. jepara
Almari	400	100	75	90	60
Meja	280	75	60	65	45
Kursi	1680	450	240	390	270
Tempat Tidur	200	50	45	35	40
Cermin	150	45	30	25	35
Jumlah	2810	720	450	605	450

Sumber : Laporan Volume penjualan Mebel Sartono Arts Tahun 2005

Dari data diatas dapat diketahui besarnya volume penjualan pada saluran distribusi langsung dan saluran distribusi tidak langsung. Volume penjualan pada saluran distribusi langsung lebih besar dibanding dengan saluran distribusi tidak langsung yaitu sebesar 2,810 unit sedangkan pada saluran distribusi tidak langsung sebesar 2225 unit dari total volume penjualan yaitu 5,035 unit. Hal ini disebabkan karena banyaknya stock produk pada saluran distribusi langsung dan penanganan produk lebih baik dibandingkan pada saluran distribusi tidak langsung

Tabel 4.6

Biaya Tetap dan Biaya Variabel Masing – Masing Saluran Distribusi

	Biaya Tetap	Biaya Variabel
Saluran Distribusi Langsung	11,900,000,00	100,000,00
Jumlah	11,900,000,00	Biaya Variabel/unit x Q
Saluran Distribusi Tidak Langsung		
Agen A	16,728,000,00	50,000,00
Agen B	16,328,000,00	50,000,00
Agen C	16,828,000,00	50,000,00
Agen D	17,028,000,00	50,000,00
Jumlah	66,602,000,00	Biaya Variabel/unit x Q

Tujuan analisis pada saluran distribusi Mebel Sartono Arts dilakukan untuk mengetahui saluran distribusi manakah diantara distribusi langsung dan distribusi tak langsung yang paling efisien. Hal ini dapat diketahui dengan cara menghitung volume penjualan Equilibrium terdahulu. Pada saat volume penjualan kedua saluran distribusi tersebut sama – sama efisien. Jika pada kenyataan volume penjualan melampaui volume penjualan equilibrium maka saluran distribusi langsung yang paling efisien. Demikian juga sebaliknya jika volume penjualan kurang dari volume penjualan Equilibrium berarti saluran distribusi tidak langsunglah yang efisien. Tujuan dari perhitungan ini agar biaya penjualan yang dipergunakan berada pada titik terendah. Karena baik volume penjualan kurang atau melebihi volume penjualan Equilibrium terdapat selisih biaya yang harus diperhatikan perusahaan.

a. Perhitungan Biaya Variabel Rata – rata per unit

1. Distribusi Langsung

a) Biaya variabel / potongan penjualan rata – rata per unit adalah
100,000.00/unit

b) Volume penjualan total 2810 unit

2. Distribusi Tidak langsung

a) Biaya variabel / potongan penjualan rata – rata per unit adalah
sebesar 50,000.00/unit

b) Volume penjualan total sebesar :
(agen A + agen B + agen C + agen D)
(720 + 450 + 605 + 450) = 2225 unit

b. Perhitungan volume penjualan Equilibrium

Distribusi Langsung = Distribusi tak langsung

$$11,900,000.00 + (100,000.00 \times Q) = 66,602,000.00 (50,000.00 \times Q)$$

$$50,000.00Q = 54,702,000.00$$

$$Q_e = 1,094.04$$

Jadi volume penjualan Equilibrium Perusahaan Mebel Sartono Arts adalah sebesar 1,094.04/unit. Artinya tidak ada selisih antara saluran distribusi langsung dan saluran distribusi tidak langsung. Dengan kata lain kedua saluran distribusi tersebut memiliki tingkat efisien yang sama.

Bukti :

1) Biaya distribusi langsung

$$CL = F + (VC \times Q)$$

$$CL = 11,900,000.00 + (100,000.00 \times 1,094.04)$$

$$CL = 121,304,000.00$$

2) Biaya Distribusi Tidak Langsung

$$CTL = F + (VC \times Q)$$

$$CTL = 66,602,000.00 + (50,000.00 \times 1094.04)$$

$$CTL = 121,304,000.00$$

Jadi $CL = CTL$ terbukti . dengan kata lain tidak ada selisish antara biaya penjualan saluran distribusi langsung dan saluran distribusi tidak langsung. Sementara itu menurut tabel 4.5 diatas menunjukkan bahwa volume penjualan total tahun 2005 adalah sebesar 5,305unit dengan penjualan tertinggi dipegang oleh saluran distribusi langsung yaitu sebesar 2,810 unit dan dibawahnya saluran distribusi tidak langsung dengan penjualan sebesar unit. Hal ini menunjukan bahwa volume penjualan tahun 2005 lebih besar 2,225 unit dari volume penjualan Equilibriumnya (1,094.04) ini artinya bahwa perusahaan memiliki kapasitas distribusi lebih besar dari volume Equilibrium. Maka agar lebih efisien perusahaan dianjurkan untuk menjual produknya melalui saluran distribusi langsung saja. Yaitu melakukan penjualan dari produsen langsung kekonsumen. Dengan begitu perusahaan dapat menekan biaya distribusi atau

mendapatkan biaya penjualan lebih rendah jika dibandingkan dengan menjual produknya melalui saluran distribusi tidak langsung.

3. Analisis Operating Ratio

Analisis operating ratio ini digunakan untuk menghitung biaya operasi per rupiah penjualan. Setiap rupiah penjualan menanggung biaya operasi sebesar presentase operating ratio. Makin besar operating ratio ini menunjukkan bahwa tingkat efisiennya semakin buruk. Perhitungan operating ratio ini menggunakan rumus

$$\text{Operating Ratio} = \frac{\text{Hpp} + \text{B. administrasi} + \text{penjualan} + \text{biaya umum}}{\text{penjualan netto}}$$

Operating ratio mencerminkan tingkat efisiensi kinerja perusahaan secara ekonomis dalam menjalankan proses produksinya, sehingga rasio yang tinggi menunjukkan keadaan yang kurang baik karena berarti bahwa setiap rupiah yang terserap dalam biaya juga tinggi dan yang tersedia untuk laba kecil.

Tabel 4.7

Perusahaan Mebel Sartono Arts
Laporan Laba – Rugi
Periode 31 desember 2005

Penjualan bersih		Rp 5,172,475,000.00
Harga pokok penjualan		<u>Rp 3,600,000,000.00 -</u>
Laba kotor penjualan		Rp 1,572,475,000.00
Biaya operasional		
1. Biaya operasional pabrik	Rp 53,880,000.00	
2. Gaji karyawan	Rp 758,000,000.00	
3. Biaya perawatan mesin	Rp 24,000,000.00	
4. Biaya listrik	Rp 9,000,000.00	
5. Biaya telephone	Rp 12,000,000.00	
6. Biaya lain – lain	Rp 3,000,000.00+	
Jumlah biaya operasional		<u>Rp 859,880,000.00 -</u>
Laba operasional		Rp 712,595,000.00
Biaya bunga		-
Pajak Pph pasal 25		<u>Rp 748,800.00</u>
Laba bersih Sesudah pajak		RP 711,846,200.00.

Tabel 4.8

Jumlah Penjualan Mebel Sartono Arts (Dalam Rupiah)
Tahun 2005

Jenis Mebel	Distribusi langsung	Distribusi tidak langsung			
		Show Room Sartono, Seminyak Bali	Show Room Sartono Arts. Jakarta	Rumah Mebel Sartono Art. jepara	Show Room Sartono Arts. Surabaya
Almari	1,000,000,000,00	252,500,000,00	193,125,000,00	234,000,000,00	159,000,000,00
Meja	434,000,000,00	118,125,000,00	97,500,000,00	108,875,000,00	77,625,000,00
Kursi	588,000,000,00	168,750,000,00	93,600,000,00	159,900,000,00	116,100,000,00
Tempat Tidur	640,000,000,00	162,500,000,00	151,875,000,00	119,875,000,00	139,000,000,00
Cermin	75,000,000,00	23,625,000,00	17,250,000,00	15,625,000,00	23,625,000,00
Jumlah	2,737,000,000,00	725,500,000,00	553,350,000,00	638,275,000,00	518,350,000,00

Dari Tabel diatas dapat diketahui bahwa jumlah penjualan bersih saluran distribusi langsung adalah Rp 2,737,000,000.00 dan untuk saluran distribusi tidak langsung adalah Rp2,435,550,000.00 totalnya sebesar Rp 5,172,475,000.00 langkah pertama untuk menghitung analisis operating ratio adalah menghitung biaya – biaya administrasi, penjualan dan umum

a) Saluran Distribusi Langsung

$$CL = F + (V \times Q)$$

$$CL = \text{Rp } 11,900,000.00 + (100,000.00 \times 2,810)$$

$$CL = \text{Rp } 292,900,000$$

b) CTL = F + (V x Q)

$$CTL = \text{Rp } 66,602,000.00 + (50,000.00 \times 2225)$$

$$CTL = \text{Rp } 177,825,000.00$$

Langkah berikutnya adalah memasukkan aspek – aspek yang ada kedalam rumus perhitungan analisis operating ratio :

a) Saluran Distribusi Langsung

$$\begin{aligned} \text{Analisis operating ratio} &= \frac{Rp\ 3,600,000,000.00 + 292,900,000.00}{2,737,000,000.00} \\ &= Rp\ \underline{3,892,900,000.00} \\ &\quad Rp\ 2,737,000,000.00 \\ &= 1,42\% \end{aligned}$$

b) Saluran Distribusi Tidak Langsung

$$\begin{aligned} \text{Analisis operating ratio} &= \frac{Rp\ 3,600,000,000.00 + 177,852,000.00}{Rp\ 2,435,550,000.00} \\ &= \frac{Rp\ 3,77,852,000.00}{Rp\ 2,435,550,000.00} \\ &= 1,55\% \end{aligned}$$

Dari potongan analisis operating ratio diatas dapat diketahui bahwa operating ratio saluran distribusi langsung adalah 1,42% dan operating ratio saluran distribusi tidak langsung adalah 1,55% dengan kata lain setiap rupiah penjualan pada saluran distribusi langsung mempunyai operasi sebesar 1.42 dan setiap rupiah pada penjualan saluran distribusi tidak langsung mempunyai biaya sebesar 1,55. semakin besar tingkat operating ratio berarti semakin buruk. Karena operating ratio saluran distribusi langsung lebih kecil dari operating ratio saluran distribusi tidak langsung maka berarti saluran distribusi langsung merupakan saluran distribusi yang paling efisien.

4. Efektivitas saluran distribusi

Untuk mengukur efektivitas, penulis menggunakan analisis customer service dengan cara melakukan observasi terhadap pabrik / gudang Perusahaan Mebel Sartono Arts dan distributor – distributor potensial. Jumlah sampel yang diambil berjumlah 8 terdiri dari 4 pabrik / gudang yang merupakan bagian dari distribusi langsung dan 4 distributor potensial yang memiliki saluran distribusi tidak langsung. Potensial disini adalah saluran distribusi tidak langsung yang merupakan andalan perusahaan dalam menjual produknya. 4 distributor potensial itu antara lain Show Room Sartono Arts Jln Seminyak Kuta Bali, Show Room Sartono Arts cabang Jakarta, Rumah Mebel Sartono Arts cabang Jepara dan Show Room Sartono art cabang Surabaya. Untuk memperkuat hasil observasi, penulis juga membuat kuesioner yang harus diisi baik oleh penulis dan sebaik mungkin oleh pihak terkait, dengan data penelitian yaitu Perusahaan Mebel Sartono Arts pada saat observasi agar diperoleh data yang akurat.

Data dari hasil kuesioner kemudian diolah dengan membuat skor – skor yang terdiri dari 3 item pertanyaan yaitu tentang waktu pengiriman, ketersediaan produk dan penanganan produk.

1. Pertanyaan tentang waktu yaitu waktu pengiriman produk dari produsen ke konsumen yang dilakukan oleh siapa dan kecepatan dan ketepatan waktu pengiriman.

2. Ketersediaan produk yaitu bagaimana kemampuan perusahaan dalam menyediakan barang yang ditawarkan kepada konsumen
3. Penanganan produk yaitu tentang bagaimana penyajian produk yang ditawarkan, penataan, pengiriman, tingkat keamanan dan kerapian produk.

Berdasarkan observasi yang dilakukan oleh penulis pada proses distribusi langsung dan distribusi tidak langsung yang akan dilakukan oleh Perusahaan Mebel Sartono arts maka diperoleh data dari item pertanyaan sebagai berikut :

Tabel 4.9

Data Hasil Kuesioner (Item pertanyaan)

No Observasi / sampel	item pertanyaan									
	Waktu pengiriman			Ketersediaan produk			penanganan produk			
	1	2	3	1	2	3	1	2	3	4
1	A	B	A	B	B	B	A	A	A	A
2	A	B	A	A	A	B	A	A	B	B
3	A	B	B	B	B	B	A	A	B	B
4	A	A	B	A	A	B	A	A	B	A
5	B	C	D	C	C	C	C	B	D	C
6	B	D	D	C	B	D	B	C	C	B
7	C	C	D	C	B	C	C	C	C	D
8	C	C	D	B	C	C	D	C	D	B

Keterangan :

1. Nomor observasi atau sampel 1234 menunjukkan observasi pada saluran distribusi langsung sedangkan nomor sampel 5768 adalah urutan observasi pada saluran distribusi tidak langsung
2. Skor yang diberi untuk jawaban A = 5, B = 4, C = 3, D = 2, E = 1.

3. Arti dari skor yang diberikan
 - a. 5 = sangat memuaskan
 - b. 4 = memuaskan
 - c. 3 = cukup memuaskan
 - d. 2 = kurang memuaskan
 - e. 1 = tidak memuaskan

Setelah hasil kuesioner diketahui maka langkah selanjutnya adalah membuat skor berdasarkan data hasil kuesioner pada saluran distribusi langsung dan saluran distribusi tidak langsung :

Tabel 4.10

Skor item pertanyaan

No Observasi / sampel	item pertanyaan												
	Waktu pengiriman				Ketersediaan produk				penanganan produk				
	1	2	3	total	1	2	3	total	1	2	3	4	total
1	A	B	A	14	B	B	B	12	A	A	A	A	20
2	A	B	A	14	A	A	B	14	A	A	B	B	18
3	A	B	B	13	B	B	B	12	A	A	B	B	18
4	A	A	B	14	A	A	B	14	A	A	B	A	19
5	B	C	D	9	C	C	C	9	C	B	D	C	12
6	B	D	D	8	C	B	D	9	B	C	C	B	14
7	C	C	D	8	C	B	C	10	C	C	C	D	11
8	C	C	D	8	B	C	C	10	D	C	D	B	11

Berdasarkan hasil skor total masing – masing saluran distribusi maka langkah selanjutnya adalah merangking data digunakan untuk mencari skor kumulatif tertinggi dari masing – masing saluran distribusi, baik saluran distribusi langsung maupun saluran distribusi tidak langsung sehingga pada akhirnya akan diketahui saluran mana yang paling efektif untuk memasarkan produk mebel yang dihasilkan Perusahaan Mebel

Sartono Arts. Selain itu Perusahaan Mebel Sartono Arts juga dapat mengetahui prioritas pertimbangan apa saja yang diinginkan pelanggan dan kemudian memilih saluran distribusi dengan cara mencocokkan kesanggupan dan kesediaan setiap alternatif saluran distribusi untuk memberi pelayanan yang dimaksud.

Tabel 4.11

Skor kumulatif dan rata – rata saluran distribusi langsung
Perusahaan Mebel Sartono Arts

No observasi sampel	Item pertanyaan			Skor kumulatif
	waktu pengiriman	Ketersediaan produk	Penanganan produk	
1	14	12	20	46
2	14	14	18	46
3	13	12	18	43
4	14	14	19	46
jumlah	55	52	75	182
rata - rata	4,58	4,33	4,68	4,55

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa penanganan produk pada saluran distribusi langsung menempati urutan pertama dengan nilai rata – rata sebesar 4,68 sedangkan menempati urutan kedua adalah waktu pengiriman dengan nilai rata – rata 4,58 dan urutan ketiga adalah ketersediaan produk dengan nilai rata – rata 4,33 total skor kumulatif 182 dengan perincian jumlah skor untuk setiap item pertanyaan adalah sebagai berikut : waktu pengiriman produk sebesar 55 ketersediaan produk sebesar 52 dan penanganan produk sebesar 75.

Tabel 4.12

Skor kumulatif dan skor rata- rata saluran distribusi tidak langsung
Perusahaan Mebel Sartono Arts

No observsi sampel	Item pertanyaan			Skor kumulatif
	waktu pengiriman	Ketersediaan produk	Penanganan produk	
1	9	9	12	30
2	8	9	14	31
3	8	10	11	29
4	8	10	11	29
jumlah	33	38	48	119
rata - rata	2.75	3.17	3.0	2.98

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa ketersediaan produk pada saluran distribusi tidak langsung menempati urutan pertama dengan nilai rata – rata sebesar 3,17 sedangkan urutan kedua adalah penanganan produk dengan nilai rata – rata sebesar 3,0 dan menempati urutan ketiga adalah waktu pengiriman produk dengan nilai rata – rata 2,75. total skor kumulatif dari total pertanyaan yang diajukan adalah sebesar 119 dengan perincian skor setiap item pertanyaan sebagai berikut : waktu pengiriman produk adalah sebesar 33, ketersediaan produk sebesar 48 unit dan penanganan produk sebesar 38. untuk lebih jelasnya dapat dilihat dari tabel skor rata – rata kedua saluran distribusi dibawah ini :

Tabel 4.13

Skor rata – rata saluran distribusi Perusahaan Mebel Sartono Arts

Urutan pertanyaan	Saluran Distribusi langsung	Saluran Distribusi tidak langsung
Waktu pengiriman	4,58	2,75
Ketersediaan produk	4,33	3,17
Penanganan produk	4,68	3,0
Rata – rata komulatif	4,55	2,98

Pada tabel diatas dapat dilihat bahwa saluran distribusi langsung yang menduduki ranking pertama adalah penanganan produk dengan skor rata – rata mendekati sempurna yaitu 4,68 ranking kedua adalah waktu pengiriman produk dengan skor rata- rata mendekati sempurna yaitu 4,58 dan ranking ketiga adalah ketersediaan produk dengan skor rata – rata 4.33 sementara itu pada saluran distribusi tidak langsung dilihat bahwa ketersediaan produk menduduki peringkat pertama dengan skor rata – rata 3,17 (cukup memuaskan) dan berada diurutan kedua adalah penanganan produk dengan skor rata – rata 3,0 (memuaskan) serta berada di peringkat ketiga adalah waktu pengiriman produk dengan skor rata – rata 2,75 (cukup memuaskan).

Dari data skor kedua saluran distribusi pada Perusahaan Mebel Sartono Arts tersebut dapat disimpulkan bahwa saluran distribusi langsung merupakan saluran distribusi yang paling efektif dan jumlah skor komulatifnya 182 dan skor komulatif rata –rata sebesar 4,55 (mendekati sangat memuaskan / mendekati sempurna) dibanding dengan saluran

distribusi tidak langsung yang skor kumulatifnya hanya 119 dan skor rata – rata kumulatif sebesar 2,98 (hampir mendekati cukup memuaskan).

Dari data – data yang tersebut diatas dapat disimpulkan bahwa penggunaan saluran distribusi yang efisien dan efektif mempengaruhi besarnya volume penjualan suatu perusahaan.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan.

Berdasarkan analisis kualitatif, analisis kuantitatif, dan analisis customer servis dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil analisis titik impas dapat diketahui bahwa biaya saluran distribusi langsung dan saluran distribusi tidak langsung memiliki tingkat efisiensi yang sama jika volume penjualan sebesar 1,094.04 unit (titik Equilibrium). Oleh karena itu berhubung volume penjualan Perusahaan Mebel Sartono Arts pada tahun 2005 lebih besar dari penjualan Equilibrium yaitu sebesar 5,305 unit, maka berarti saluran distribusi langsung merupakan saluran distribusi yang paling efektif.
2. Berdasarkan perhitungan analisis ratio dapat disimpulkan bahwa saluran distribusi langsung merupakan saluran distribusi yang paling efisien karena operating ratio yang dimiliki sebesar 1.42% sedikit lebih kecil dari pada operating ratio yang dimiliki saluran distribusi tidak langsung yang mencapai 1.55%. walaupun selisih operating ratio kedua saluran distribusi hanya sedikit, tetapi pada dasarnya perhitungan operating ratio mencari operating ratio yang paling rendah. Semakin besar operating ratio suatu perusahaan itu berarti semakin buruk.
3. Berdasarkan perhitungan ranking (customer service) dan data skor kumulatif kedua saluran distribusi pada Perusahaan Mebel Sartono Arts dapat diketahui bahwa pada saluran distribusi langsung menduduki

ranking pertama penanganan produk dengan skor rata – rata mendekati sempurna yaitu 4.68 ranking kedua adalah pengiriman produk dengan skor rata – rata yang mendekati sempurna yaitu 4.58 dan ranking ketiga adalah ketersediaan produk dengan skor rata – rata diatas memuaskan 4.33 sementara itu. Pada saluran distribusi tidak langsung dapat dilihat bahwa ketersediaan produk mempunyai ranking pertama dengan skor rata – rata 3.17 (cukup memuaskan) dan berada diurutan kedua adalah penanganan produk dengan skor rata – rata 3 (cukup memuaskan) serta berada di peringkat ketiga adalah waktu pengiriman produk dengan skor rata – rata 2.75 (cukup memuaskan). Dari kedua saluran distribusi pada Perusahaan Mebel Sartono Arts dapat diambil kesimpulan bahwa saluran distribusi langsung merupakan saluran distribusi yang paling efektif dengan skor kumulatif 182 dan skor kumulatif rata – rata 4.55 (mendekati sempurna / mendekati sangat memuaskan) dibanding dengan saluran distribusi tidak langsung yang jumlah skor kumulatifnya hanya 119 dan skor kumulatif rata – rata 2.98 (jauh dari sempurna / hampir mendekati cukup memuaskan).

B. Saran

Setelah penulis mengadakan penelitian dan menarik kesimpulan, maka penulis ingin menyarankan beberapa hal yang mungkin dapat membantu pihak – pihak yang bersangkutan. Berdasarkan efisiensi dan efektifitas masing – masing saluran distribusi pada Perusahaan Mebel Sartono Arts penulis menyarankan :

1. Efisiensi

Berdasarkan analisis data, biaya saluran distribusi langsung dan tidak langsung memiliki tingkat efisien yang sama pada saat penjualan Equilibriumnya sebesar 1,094.04 per unit, berhubung penjualan total tahun 2005 melebihi volume penjualan equilibrium maka saluran distribusi langsung lebih efisien dibanding dengan saluran distribusi tidak langsung. Kesimpulan ini didukung oleh hasil analisis yang dimiliki sebesar 1.42% sedikit lebih kecil dari pada operating ratio yang dimiliki saluran distribusi tidak langsung yang mencapai 1.55%. ini berarti menunjukkan bahwa saluran distribusi langsung merupakan saluran distribusi yang paling efisien. Karena semakin besar tingkat operating ratio berarti semakin buruk. Oleh karena itu Perusahaan Mebel Sartono sebaiknya lebih memfokuskan perhatian dan kinerja saluran distribusi langsung.

2. Efektivitas.

Berdasarkan analisa data saluran distribusi langsung yang digunakan oleh Perusahaan Mebel Sartono Arts relatif lebih efektif dengan saluran distribusi tidak langsung. Oleh karena itu Perusahaan Mebel Sartono Arts harus berusaha untuk mempertahankan saluran distribusi langsung agar tetap efektif. Disamping itu Perusahaan Mebel Sartono Arts sebaiknya juga perlu meningkatkan efektivitas saluran distribusi tidak langsung karena skor kumulatifnya hanya 119 dengan skor kumulatif rata – rata 2.98 (jauh dari sempurna).

Sehubungan dengan kedua hal diatas maka diharapkan Perusahaan Mebel Sartono Arts meningkatkan, mengotrol, dan mengawasi efisiensi dan efektivitas penggunaan saluran distribusinya dengan sebaik – baiknya dan secermat mungkin. Disamping itu Perusahaan Mebel Sartono Arts Disarankan untuk membuka saluran – saluran distribusi tidak langsung yang lain agar mempermudah konsumen untuk membeli produk – produk mebel yang dihaikan Perusahaan Mebel Sartono Arts.



DAFTAR PUSTAKA

- Bambang Riyanto 1995, *Dasar – dasar Pembelanjaan Perusahaan*, Yogyakarta Badan Penerbit F.E UGM
- Basu Swasta DH, 1979, *Saluran pemasaran*, Yogyakarta : BP F.E UGM
- , 1981, *Azas – azas Marketing*, Yogyakarta : Liberty
- , 1990, *Azas – azas Marketing*, Yogyakarta : Liberty Fakultas Psikologi UGM.
- Marzuki 1986, *Metodelogi Riset* Yogyakarta : BP FE UGM
- Philp Kotler, *Manajemen Pemasaran Analisis Perencanaan dan Pengendalian*, Jakarta Penerbit Air langga.
- , Dkk ; Alih Bahasa : Handoyo Prasetyo, dan Hamin, 2002 *Manajemen Pemasaran Prespektif Asia*, Buku 2 Yogyakarta : Andi Offet
- , Dkk, Alih Bahasa : Fandy Tjiptono, 1990, *Manajemen Pemasaran Prespektif Asia*, Buku 1 Yogyakarta : Andi Offet
- Soewarsono Muhammad, 2003 *Pedoman Penulisan Skripsi*, Yogyakarta : F.E UII
- William J. Stanton, 1989, *Prinsip pemasaran*, jilid 1 edisi VII Jakarta Penerbit Air langga.
- , 1996, Alih Bahasa, Y. Lamarto, *Prinsip pemasaran*, Jakarta Penerbit Air langga.