

# I. PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Istilah bisnis artinya usaha dagang (Kamus Bahasa Indonesia, 2008). Secara harfiah bisnis berasal dari kata *business*, *busy* artinya sibuk. Sibuk mengerjakan aktivitas dan pekerjaan yang mendatangkan keuntungan. Dalam bahasa Mandarin, kata bisnis dibentuk dari dua pictogram yang secara terpisah berarti menciptakan dan makna. Berarti bisnis merupakan suatu cara untuk menciptakan makna bagi manusia, yaitu makna yang baik. Implikasinya, menyebut bisnis selalu mengarah pada pekerjaan yang baik (Stevens, 2008).

Keberadaan dan peran bisnis sangat penting bagi kehidupan masyarakat, sebab melalui kegiatan bisnis suatu perusahaan dapat memenuhi kebutuhan, keinginan, dan harapan dari masyarakat konsumen yang beraneka ragam, sehingga mereka merasa terpuaskan. Disamping itu, setidaknya fungsi bisnis adalah mencari dan menemukan sumber bahan baku, mengolahnya menjadi produk jadi, dan menyalurkannya kepada konsumen.

Salah satu proses penting dalam suatu bisnis adalah distribusi. Distribusi merupakan kegiatan untuk mengirimkan produk ke pelanggan setelah penjualan (Hall, 2001). Distribusi dilakukan oleh perusahaan demi menjaga kelangsungan hidup perusahaan. Selain itu, dengan adanya distribusi maka hasil produksi akan sampai pada konsumen yang letaknya cukup jauh. Apabila suatu hasil produksi tidak segera didistribusikan kepada konsumen, maka hasil produksi tersebut hanya tertimbun di tempat penyimpanan. Bahkan bisa membuat harga suatu hasil produksi mengalami peningkatan, serta jika barang tersebut tidak tahan lama dan memiliki masa simpan yang singkat (misalnya susu pasteurisasi) maka akan menyebabkan barang menjadi *expired* atau rusak. Jika sudah mengalami hal tersebut, kemungkinan besar konsumen menjadi tidak tertarik untuk membelinya, sehingga produsen atau perusahaan bisa mengalami kerugian.

Menurut Rudianto (2012), perusahaan dagang adalah perusahaan yang melakukan pembelian barang dari perusahaan lain dan menjualnya kembali

kepada konsumen yang membutuhkan. Dengan demikian, fungsi akuntansi perusahaan dagang pada prinsipnya adalah sebagai jembatan antara perusahaan penghasil barang dengan konsumen. Proses perdagangan dimulai dari membeli barang yang akan dijual, kemudian melakukan proses pergudangan hingga menjual barang sampai pada pelanggan terakhir hingga menerima retur penjualan jika ada, dan melakukan proses pencatatan hingga penagihan dan penyelesaiannya.

Pada dasarnya, setiap perusahaan memiliki kebijakannya masing-masing untuk melakukan kegiatan distribusi. Hal ini perlu dilakukan agar distribusi dapat dilakukan dengan kemampuan dari perusahaan itu sendiri, seperti jangkauan dan armada. Apabila perusahaan tidak mengenal jangkauan distribusi dan tidak mengetahui jenis barang yang didistribusikan, tidak menutup kemungkinan jika hasil produksi tidak sampai tepat waktu.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Sartika (2021), pentingnya kegiatan promosi kepada *end user* dengan menjelaskan kualitas dan manfaat dari produk yang dikeluarkan agar pengguna produk dapat dipahami oleh pengguna iklan, sehingga kegiatan promosi akan berjalan secara maksimal.

Bagi perusahaan yang bergerak di bidang distribusi, tidaklah cukup hanya memenangkan persaingan, mendapatkan penjualan optimal, dan meningkatkan *market share*. Sebab, ada pihak lain yang terkait secara langsung dan sangat erat yang perlu mendapat porsi dipuaskan. Strategi untuk meningkatkan loyalitas pelanggan mensyaratkan tiga kepentingan yang harus sama-sama dipuaskan, yaitu kepuasan pelanggan/konsumen akhir, kepuasan para perantara/pedagang, dan kepuasan jajaran penjualnya.

PT XYZ merupakan salah satu perusahaan dagang (distributor) di Lampung dengan salah satu produknya yaitu susu pasteurisasi. Sejak masa pandemi Covid-19, susu menjadi salah satu minuman yang dicari oleh banyak orang. Karena eksistensinya, pada tahun 2020 susu termasuk kedalam golongan barang langka terutama susu steril dan susu murni. Namun seiring berjalannya waktu, permintaan susu tidak lagi tinggi karena pandemi yang sudah mulai terkendali.

PT XYZ hanya mengambil susu pasteurisasi dari 1 perusahaan yaitu perusahaan rekanannya. Berdasarkan informasi dari staf *finance* PT XYZ,

permasalahan distribusi yang dialami oleh PT XYZ terkait dengan penjualan, yaitu banyaknya retur penjualan dari *modern trade*. Selain itu penumpukan barang di gudang hingga menyebabkan barang mendekati *expired* belum dapat terjual, namun kondisi sebaliknya juga sering terjadi yaitu kekurangan stok barang. Tidak terdapat manajemen yang langsung turun tangan karena PT XYZ yang berada di Lampung merupakan kantor cabang dari Jakarta.

Berdasarkan uraian tersebut, maka penulis tertarik untuk mengambil judul **“Analisis Prosedur Distribusi Susu Pasteurisasi pada PT XYZ”**.

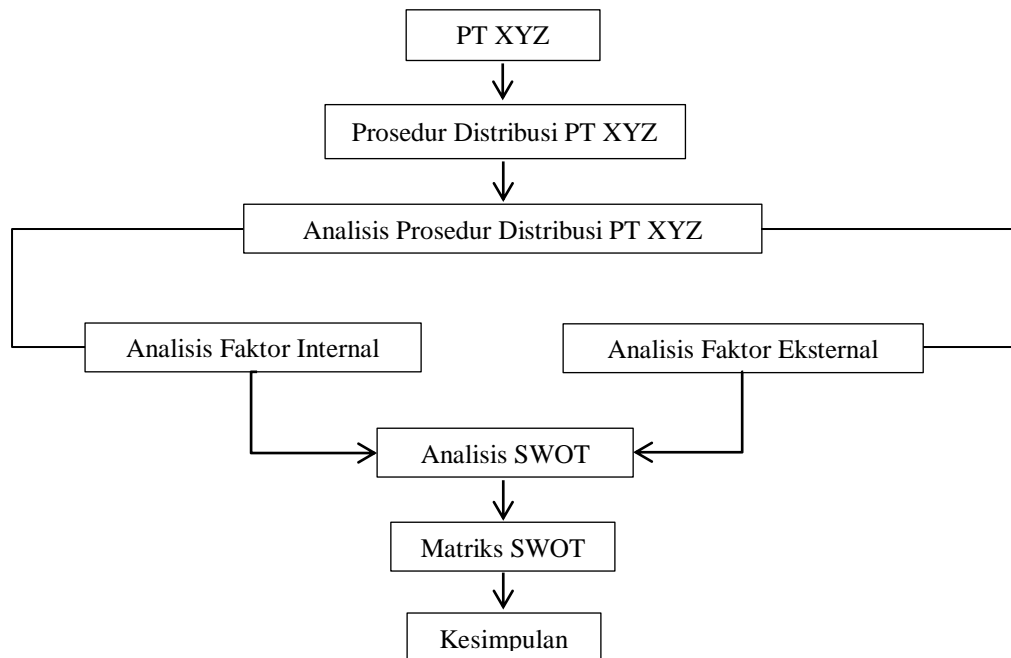
## **1.2 Tujuan**

Adapun tujuan dari laporan tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Menjelaskan tentang prosedur distribusi susu pasteurisasi PT XYZ yaitu prosedur penjualan dan prosedur retur penjualan.
2. Menganalisis prosedur distribusi susu pasteurisasi termasuk di dalamnya analisis faktor internal dan eksternal terkait distribusi maupun produk di PT XYZ.

## **1.3 Kerangka Pemikiran**

Berdasarkan pemaparan yang sudah dijelaskan sebelumnya, maka tergambar beberapa konsep yang akan dijadikan acuan dalam tugas akhir ini. Pertama, penulis akan memberikan gambaran umum tentang PT XYZ, kemudian dilanjutkan dengan memaparkan prosedur dari distribusi susu pasteurisasi PT XYZ. Setelah pemaparan prosedur tersebut, dilanjutkan dengan menganalisis prosedur, proses dan produk melalui analisis faktor internal dan eksternal sehingga akan didapatkan analisis SWOT dan dapat dibuat suatu strategi pemasaran melalui matriks SWOT hingga dapat dicapai suatu kesimpulan. Berikut gambar dari kerangka pemikiran dari penulisan tugas akhir ini:



Gambar 1. Kerangka pemikiran

#### 1.4 Kontribusi

Tugas akhir ini diharapkan memberikan manfaat, yakni sebagai berikut:

##### 1. Bagi Pembaca

Dapat menambah ilmu pengetahuan terutama dalam memahami prosedur distribusi dan menganalisis menggunakan pendekatan SWOT serta dapat dijadikan sebagai referensi penelitian/tugas akhir.

##### 2. Bagi Penulis

Menambah pengetahuan dan wawasan tentang prosedur distribusi susu pasteurisasi serta menambah kemampuan dalam menganalisis suatu permasalahan.

##### 3. Bagi Perusahaan

Dapat dijadikan sebagai bahan masukan dan sebagai evaluasi guna memperbaiki proses bisnisnya.

## **II. TINJAUAN PUSTAKA**

### **2.1 Distribusi**

#### **2.1.1 Pengertian distribusi**

Distribusi artinya proses yang menunjukkan penyaluran barang dari produsen ke tangan masyarakat konsumen (Westriningsih, 2008). Kegiatan distribusi menyebabkan barang dan jasa dapat sampai ke tangan konsumen yang membutuhkan dengan tepat waktu. Dengan demikian, kegunaan dari barang dan jasa tersebut lebih meningkat setelah dapat dikonsumsi. Hal tersebut menunjukkan bahwa distribusi turut serta meningkatkan kegunaan barang dan jasa menurut tempat dan waktu.

Kegiatan distribusi harus dilakukan dengan tepat, teratur, aman, dan cepat. Jika kegiatan distribusi mengalami keterlambatan, konsumen maupun produsen akan mengalami kerugian. Ada banyak hal yang mengganggu proses distribusi, antara lain kecelakaan, bencana alam, kerusakan, dan lain-lain. Jika kegiatan distribusi terhambat, pasokan barang dan jasa menjadi tidak merata.

Kegiatan distribusi ini juga turut menentukan kondisi perekonomian suatu negara. Sistem distribusi yang kurang tepat dapat memperparah kondisi perekonomian yang berdampak luas pada banyak aspek kehidupan masyarakat.

#### **2.1.2 Fungsi distribusi**

Menurut Westriningsih (2008), fungsi distribusi dibagi menjadi dua yaitu, fungsi pokok distribusi dan fungsi tambahan. Fungsi pokok distribusi adalah tugas-tugas dalam kegiatan distribusi yang mau tidak mau harus dilaksanakan. Sedangkan fungsi tambahan hanya dilakukan pada barang-barang tertentu.

1. Fungsi pokok distribusi

- a) Pembelian

Kegiatan pembelian adalah kegiatan membeli barang dan jasa hasil dari produsen atau distributor yang lain. Tujuan utama dari pembelian adalah memperoleh barang dengan harga serendah mungkin untuk

mendapatkan keuntungan tertentu. Kegiatan pembelian disebut juga dengan pengadaan barang. Hal itu terkait dengan kebutuhan perusahaan untuk memenuhi persediaan barang tanpa henti. Sedangkan fungsi dari pembelian untuk menjamin keseimbangan antara persediaan barang dengan tingkat inventaris.

b) Penyimpanan atau pergudangan

Pergudangan pada dasarnya adalah tempat untuk melakukan penyimpanan secara sementara khususnya sebelum barang terjual. Definisi dari pergudangan adalah usaha penyimpanan barang di gudang dengan fasilitas-fasilitasnya, seperti penyimpanan barang dalam kamar atau ruangan pendingin.

c) Pengangkutan/distribusi

Transportasi/pengangkutan adalah perpindahan manusia atau barang dari satu tempat ke tempat lainnya dengan menggunakan alat yang digerakkan manusia atau mesin. Transportasi digunakan manusia untuk memudahkan kegiatan sehari-hari. Dalam kegiatan distribusi, transportasi umumnya digunakan untuk memindahkan barang dari produsen ke konsumen.

d) Penjualan

Penjualan didefinisikan sebagai suatu usaha yang terpadu untuk mengembangkan rencana-rencana strategis yang diarahkan pada usaha pemuasan kebutuhan dan keinginan pembeli untuk mendapatkan penjualan yang menghasilkan laba. Penjualan penting bagi kegiatan distribusi dan mutlak diperlukan bagi semua usaha. Sumber keuntungan yang diharapkan sebuah usaha dapat diperoleh dari penjualan barang atau jasa. Tanpa adanya penjualan, usaha tidak akan mendapatkan pendapatan untuk menutup biaya operasional perusahaan.

e) Pembakuan standar kualitas barang

Pembakuan standar kualitas barang/standarisasi barang dimaksudkan agar barang yang akan dijual atau disalurkan sesuai dengan harapan. Hampir semua pembeli maupun penjual pasti menginginkan adanya

ketentuan mutu, jenis, dan ukuran barang yang akan diperjualbelikan. Maka, perlu adanya kegiatan pembakuan standar baik jenis, ukuran, serta kualitas barang yang akan diperjualbelikan.

f) Penanggung Risiko

Risiko menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah akibat yang kurang menyenangkan (merugikan, membahayakan) dari suatu perbuatan atau tindakan. Dalam kegiatan distribusi, risiko yang harus ditanggung oleh distributor selalu ada. Pengiriman barang yang dilakukan dapat berisiko mengalami kecelakaan atau dirampok. Risiko tersebut tentunya akan ditanggung oleh distributor.

2. Fungsi Tambahan Distribusi

a) Menyeleksi atau mengelompokkan

Kegiatan menyeleksi atau mengelompokkan dilakukan dengan mengklasifikasikan barang serta harga barang. Kegiatan ini lebih banyak dilakukan pada produk hasil pertanian dan buah-buahan.

b) Mengepak atau mengemas

Kegiatan mengepak atau mengemas barang bertujuan untuk melindungi barang dari kerusakan atau kehilangan. Selain itu dengan mengepak barang akan mempermudah pengangkutan dalam perjalanan atau penyimpanan barang di gudang.

c) Memberi informasi atau promosi

Kegiatan memberi informasi identik dengan kegiatan promosi. Dengan melaksanakan kegiatan promosi, seorang produsen atau distributor akan menyampaikan informasi dengan mengenalkan dan menjelaskan kegunaan barang dan jasanya. Dengan adanya promosi, maka akan memungkinkan suatu produk dilirik dan diminati oleh target pasar.

### 2.1.3 Sistem distribusi

Menurut Westriningsih (2008), sistem distribusi adalah pengaturan penyaluran barang dan jasa dari produsen ke konsumen. Dalam sistem distribusi, barang dari sumber pemasok (pabrik) harus dikirim ke konsumen dalam jumlah dan waktu yang tepat, biaya pengiriman yang wajar, serta kondisi barang yang baik. Perusahaan dapat menangani sendiri sistem distribusinya, menyerahkan

kepada perantara, atau gabungan keduanya. Barang dari pabrik bisa langsung dikirim kepada konsumen, masuk dahulu ke gudang pedagang atau justru masih harus melewati beberapa perantara.

#### 1. Prinsip-prinsip sistem distribusi

##### a) Sistem distribusi harus terorganisasi dan terintegrasi

Sistem distribusi melibatkan banyak pihak. Dengan banyak pihak yang terlibat, dan keberadaannya yang tersebar luas maka akan sulit untuk melakukan koordinasi. Untuk melakukan pengorganisasian sistem distributor sebaiknya dilakukan dengan menggabungkan konsep sentralisasi dan desentralisasi. Konsep sentralisasi dilakukan dengan pengendalian dibawah satu unit bisnis, sedangkan konsep desentralisasi untuk kegiatan atau hal-hal yang tidak begitu berpengaruh pada kegiatan lainnya atau sebagai kegiatan pendukung .

##### b) Memberikan perhatian yang besar pada sumber daya manusia

Sumber daya manusia (SDM) sangat penting peranannya dalam sistem distribusi. Sistem distribusi dapat berjalan dengan lancar jika tersedia sumber daya manusia yang berkualitas dan berdedikasi tinggi. Kegiatan distribusi adalah kegiatan yang banyak berhubungan dengan pelayanan dan jasa. Hal tersebut mengakibatkan kualitas pelayanan terhadap konsumen bagi sumber daya manusia bagian distribusi dituntut lebih tinggi. Sangat penting untuk menekankan pada sumber daya manusia bagian distribusi tentang pentingnya pelayanan bagi konsumen.

##### c) Memanfaatkan kekuatan sistem informasi

Sistem distribusi yang tangguh harus didukung oleh jaringan sistem informasi yang kuat. Hal tersebut karena sistem distribusi barang menjangkau area yang sangat luas dan melibatkan banyak personel. Agar keputusan dapat diambil secara cepat dan terkoordinasi, perlu sarana informasi dan komunikasi yang baik.

##### d) Menjalin kemitraan yang terlibat dalam sistem distribusi

Kegiatan distribusi mempunyai arti yang strategis bagi sebuah perusahaan. Distribusi merupakan ujung tombak kegiatan pemasaran



dan menyangkut hasil penjualan yang akan diterima. Oleh karena itu, produsen tidak akan begitu saja menaruh kepercayaan untuk kegiatan distribusinya kepada pihak lain.

e) Menggunakan ukuran kinerja finansial dan nonfinansial

Saat ini jika suatu perusahaan mengukur kinerjanya hanya dengan ukuran finansial atau keuntungan yang diperoleh belum bisa menunjukkan kemampuan yang sebenarnya. Selain keuntungan, perlu juga digunakan ukuran nonfinansial. Ukuran nonfinansial tersebut misalnya kualitas barang, kesejahteraan pegawai, harga saham, tingkat kepuasan pelanggan, dan ketersediaan barang.

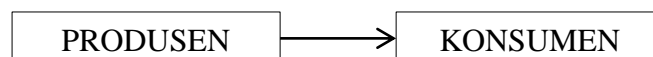
f) Menerapkan prinsip ekonomi di bidang persediaan barang, transportasi, dan pemrosesan informasi

Ada beberapa hal yang dapat diterapkan untuk membantu kegiatan distribusi dalam hubungannya dengan persediaan barang, transportasi, dan pemrosesan informasi, antara lain, prinsip ekonomi di bidang persediaan barang, di bidang transportasi, dan dalam pemrosesan informasi.

2. Jenis-jenis sistem distribusi

a) Sistem distribusi jalan pendek atau langsung

Sistem distribusi langsung adalah sistem distribusi yang tidak menggunakan saluran distribusi atau dalam sistem ini tidak ada pedagang perantara. Pembeli datang langsung kepada perusahaan atau produsen untuk membeli barang atau jasa. Bagan sistem distribusi langsung dapat digambarkan sebagai berikut:



b) Sistem distribusi jalan panjang atau tidak langsung

Sistem distribusi tidak langsung adalah sistem distribusi yang menggunakan saluran distribusi dalam kegiatannya. Bagan sistem distribusi tidak langsung dapat digambarkan sebagai berikut:



#### 2.1.4 Saluran distribusi

##### 1. Pengertian Saluran Distribusi

Menurut Revzan (2008), saluran distribusi adalah suatu jalur yang dilalui oleh arus barang-barang dari produsen ke perantara dan akhirnya sampai pada pemakai. Sedangkan menurut *The American Marketing Association*, saluran distribusi merupakan suatu unit organisasi dalam perusahaan yang terdiri atas agen, *dealer*, pedagang besar, dan pengecer melalui sebuah komoditas, produk, atau jasa yang dipasarkan.

##### 2. Fungsi saluran distribusi

- a) Mengumpulkan informasi mengenai pelanggan, pesaing, pelaku, serta kekuatan lain yang ada di lingkungan pemasaran.
- b) Mengembangkan dan menyebarluaskan komunikasi persuasif untuk menarik pembeli.
- c) Mencapai persetujuan akhir mengenai harga atau syarat lain sehingga dapat terjadi pemindahan kekuasaan.
- d) Melakukan pemesanan ke produsen.
- e) Memperoleh dana untuk membiayai persediaan pada berbagai level saluran distribusi.
- f) Menanggung risiko yang berhubungan dengan pelaksanaan fungsi saluran distribusi.
- g) Mengatur kesinambungan penyimpanan dan perpindahan produk sampai ke konsumen atau pemakai terakhir.
- h) Mengatur pelunasan tagihan pembeli melalui bank atau lembaga keuangan lainnya.

#### 2.1.5 Faktor-faktor yang memengaruhi distribusi

##### 1. Sifat Barang

Sifat barang dapat menjadi pertimbangan untuk menetapkan sistem dan saluran distribusi yang akan digunakan. Sifat barang ini dapat berupa cepat tidaknya barang mengalami kerusakan.

##### 2. Sifat Pembayaran

Sifat pembayaran barang memengaruhi panjang pendeknya sistem dan saluran distribusi yang digunakan. Barang-barang dengan harga murah

dapat menggunakan saluran distribusi panjang sedangkan barang-barang dengan harga mahal sebaiknya menggunakan saluran distribusi pendek.

### 3. Biaya

Perusahaan harus dapat menentukan untuk memilih distribusi pendek atau distribusi panjang berdasarkan beban biayanya. Jika ternyata lebih murah menanggung biaya distribusi sendiri maka sebaiknya perusahaan menggunakan distribusi pendek. Sedangkan jika lebih murah melimpahkan biaya distribusi kepada saluran maka sebaiknya perusahaan menggunakan distribusi panjang.

### 4. Modal

Besar kecilnya modal yang dimiliki perusahaan akan berpengaruh pada saluran distribusi yang akan digunakan. Dengan modal yang besar perusahaan dapat menggunakan saluran distribusi yang pendek.

### 5. Tingkat Keuntungan

Jika keuntungan yang diterima rendah, tidak mungkin perusahaan menggunakan sistem distribusi yang panjang. Jika perusahaan memiliki keuntungan yang tinggi, maka perusahaan bebas menentukan sistem distribusinya.

### 6. Jumlah Penjualan

Produk tertentu bisa dijual dalam jumlah yang relatif besar walaupun jumlah konsumennya terbatas. Hal ini umumnya berlaku pada barang-barang produksi yang digunakan untuk proses produksi selanjutnya. Berbeda jika penjualan barang sedikit namun konsumennya banyak dan tersebar maka kegiatan distribusinya akan semakin luas.

## **2.2 Pengertian penjualan**

Menurut Mulyadi (2014), penjualan adalah barang yang diproduksi dan dijual perusahaan tersebut. Penjualan merupakan kegiatan yang dilakukan oleh penjual dalam menjual barang atau jasa dengan harapan akan memperoleh laba dari adanya transaksi-transaksi tersebut. Sedangkan menurut Sunyoto (2013), Penjualan adalah interaksi antar individu, saling bertemu muka yang ditujukan untuk menciptakan, memperbaiki, menguasai atau mempertahankan hubungan pertukaran yang saling menguntungkan dengan pihak lain.

### **2.3 Pengertian retur penjualan**

Menurut Stice et al. (2009), retur penjualan merupakan barang yang dikembalikan oleh pelanggan dan pemberian potongan penjualan yang diberikan atau penukaran barang-barang tersebut untuk faktor-faktor, seperti kerusakan barang yang terjadi selama pengiriman, barang yang cacat pada saat setelah dijual, dan setelah diproduksi atau jenis barang yang tidak benar.