

**ANALISIS BIAYA SALURAN DISTRIBUSI  
PADA PT. TUNGGAL DARA INDONESIA  
WONOGIRI**



**Diajukan untuk Memenuhi Syarat – syarat Mencapai Sebutan  
Ahli Madya Di Bidang Manajemen Pemasaran**

Oleh :

**Bhayu Suharyanto**

**NIM F3206025**

**PROGRAM STUDI DIPLOMA III FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS SEBELAS MARET  
SURAKARTA**

2009

**ABSTRAKSI**

Analisis Biaya Saluran Distribusi  
Pada PT. Tunggal Dara Indonesia  
Wonogiri

BHAYU SUHARYANTO  
F3206025

Distribusi merupakan jalur yang dipakai oleh suatu perusahaan untuk menyalurkan barang atau jasa dari produsen ke konsumen. Sarana dan prasarana distribusi yang digunakan oleh suatu perusahaan mempengaruhi cepat tidaknya barang atau jasa sampai ke tangan konsumen. Untuk itu suatu perusahaan harus memilih saluran distribusi yang tepat agar dapat meningkatkan volume penjualan dan tingkat pengembalian laba yang tinggi.

Dalam penelitian ini penulis ingin mengetahui sejauh manakah keefektifan dan keefisienan saluran distribusi terhadap volume penjualan pada PT. Tunggal Dara Indonesia.

Penelitian dilakukan dengan metode pengumpulan data melalui wawancara langsung dengan staff PT. Tunggal Dara Indonesia, selain itu juga menggunakan data sekunder berupa informasi dan laporan – laporan yang telah dibuat.

Berdasarkan hasil penelitian, penulis dapat menyimpulkan bahwa PT. Tunggal Dara Indonesia menggunakan dua saluran distribusi jasa, yaitu : saluran distribusi langsung dan saluran distribusi tidak langsung. Dari analisis efisiensi biaya distribusi dan *return of investment* dapat disimpulkan bahwa saluran distribusi langsung lebih efisien daripada saluran distribusi tidak langsung dan menghasilkan tingkat pengembalian yang lebih tinggi bagi PT. Tunggal Dara Indonesia.

Saran yang dapat peneliti berikan sebagai masukan bagi PT. Tunggal Dara Indonesia yaitu agar dapat meningkatkan volume penjualan jasanya dengan meminimkan biaya – biaya distribusi tidak langsung, selain itu dengan menggunakan sarana – sarana promosi

Kata Kunci : Distribusi

### **ABSTRACT**

Cost Analysis Channel Distribution At PT. Tunggal Dara Indonesia  
Wonogiri

BHAYU SUHARYANTO  
F.3206025

Distribution is way to used by company to channel service or goods of producer to consumer. Distribution facilities and basic facilities used by a company influence quickly or not the service or goods to consumer hand. For that a company have to chosen correct distribution channel so that can improve sale volume and high profit rate of return.

In this research, writer want to know as far as effectiveness and is efficient of distribution channel to sale volume at PT. Tunggal Dara Indonesia.

Research done with collect data method direct interview with staff PT. Tunggal Dara Indonesia, also use secondary data in the form report and information report which have been made.

Pursuant to result of research, writer can conclude that PT. Tunggal Dara Indonesia use two service distribution channel, that is : direct distribution channel and indirect distribution channel. Of efficiency analysis of expense of and distribution of return investment of can be concluded that direct distribution channel more efficient that indirect distribution channel and yield higher level rate of return to PT. Tunggal Dara Indonesia

Suggestion researcher able to gives as input to PT. Tunggal Dara Indonesia that is can improve volume sale of service with minim of expense of indirect distribution, beside by using media promotion.

Key word : Distribution

## HALAMAN PERSETUJUAN

Laporan Magang dengan Judul :

**ANALISIS BIAYA SALURAN DISTRIBUSI  
PADA PT. TUNGGAL DARA INDONESIA  
WONOGIRI**

Surakarta, Mei 2009

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing

Drs. Bambang Sarosa, Mba

131 474 093

**HALAMAN PENGESAHAN**

Tugas Akhir dengan Judul :

**ANALISIS BIAYA SALURAN DISTRIBUSI  
PADA PT. TUNGGAL DARA INDONESIA  
WONOGIRI**

Telah disahkan oleh Tim Penguji Tugas Akhir  
Program Studi Diploma 3 Manajemen Pemasaran  
Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta

Surakarta, 12 Juli 2009

Tim Penguji Tugas Akhir

SARWOTO, SE

NIP. 350 700 001

\_\_\_\_\_

Penguji

Drs. BAMBANG SAROSA

NIP. 132 282 698

\_\_\_\_\_

Pembimbing

**MOTTO**

1. Memang baik jadi orang penting, tetapi lebih penting menjadi orang baik. ( Soeharjanto )
2. Meniru atau berusaha sama dengan pahlawan adalah kekuatan sebenarnya untuk belajar. ( Robert TK )
3. Keberhasilan bukanlah sebuah tujuan hidup. Keberhasilan merupakan kualitas dari perjalanan hidup. (Mario Teguh)



## PERSEMBAHAN

Karya ini dipersembahkan kepada :

1. Alm. Bapak dan Ibu
2. Kakak dan adikku
3. Keluarga besar yang selalu mendukung ku
4. Seorang yang selalu disampingku
5. Sahabat – sahabat yang selalu ada buatku
6. Almamater

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan tugas akhir ini yang berjudul Analisis Saluran Biaya Distribusi Pada PO. Tunggul Dara Wonogiri.

Dengan kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam bentuk apapun sehingga tugas akhir ini tersusun. Penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Bambang Sutopo, M. Com, Ak, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret, beserta staf yang telah memberikan ijin dan fasilitas studi.



2. Bapak Drs. Santosa Tri Hananto, Msi, Ak, selaku Ketua Program Diploma III Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret.
3. Bapak Drs. Harmadi, MM, selaku Ketua Program Diploma III Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret
4. Bapak Dr. Budhi Haryanto, selaku Pembimbing Akademik yang telah membimbing selama proses studi.
5. Bapak Drs. Bambang Sarosa, selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir yang telah memberikan bimbingan dengan baik dan sabar sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan Tugas Akhir ini.
6. Bapak dan Ibu Staf Pengajar Program Diploma III Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi UNS yang telah menambah bekal ilmu sehingga penulis semakin bertambah ilmu dan pengetahuannya.
7. Ibu yang selalu memberikan bantuan dan dukungan moral dan materi.
8. Keluarga besar yang telah ikut mendukung kelancaran proses studi.
9. Desi yang selalu ada disampingku dan selalu memberikan dorongan moral dan semangat
10. Ibu Sri Sukatni selaku pimpinan PT. Tunggal Dara Indonesia yang telah memberikan kesempatan untuk melakukan magang kerja sekaligus penelitian untuk penyusunan tugas akhir.
11. Staff PT. Tunggal Dara Indonesia yang telah membantu selama proses magang dan penyusunan tugas akhir
12. Bapak Kasno selaku pembimbing lapangan selama proses magang.

13. Mbak Sisri, Mbak Sainem yang telah membantu proses magang serta menjadi rekan kerja yang menyenangkan.

14. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu

Semoga segala bantuan dan kebikan yang telah diberika kepada penulis sehingga karya tulis ini dapat terselesaikan mendapatkan balasan dari Tuhan Yang Maha Esa,

Akhirnya penulis berharap karya tulis ini kelak dapat berguna. Penulis juga menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun penulis harapkan.

Surakarta, Mei 2009

Penulis,

Bhayu Suharyanto



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
ABSTRAK .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iv
MOTTO .....	v
PERSEMBAHAN .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
BAB I. PENDAHULUAN	

A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	4
C. Tujuan Penelitian .....	4
D. Manfaat Penelitian .....	4
E. Metode Penelitian .....	5
1. Ruang Lingkup Penelitian .....	5
2. Obyek Penelitian.....	6
3. Teknik Pengumpulan Data.....	6
4. Jenis Data .....	6
5. Teknik Analisis Data .....	7
<b>BAB II. TINJAUAN PUSTAKA</b>	
A. Definisi saluran Distribusi dan Jasa .....	9
B. Saluran Distribusi.....	11
C. Perantara Dalam Distribusi.....	12
D. Kerangka Pemikiran.....	13
<b>BAB III. ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Gambaran Umum Perusahaan .....	15
B. Laporan Magang Kerja .....	27
1. Pengertian Magang Kerja .....	27
2. Tujuan Magang Kerja .....	27
3. Pelaksanaan Magang Kerja .....	28
4. Kegiatan Magang Kerja .....	28
C. Pembahasan Masalah .....	29

1. Saluran Distribusi Perusahaan.....	39
2. Analisis Biaya Distribusi Terhadap Volume Penjualan....	31
3. Analisis Efisiensi Biaya Distribusi.....	34
4. Analisis <i>Return of Investment</i> .....	36
BAB IV. PENUTUP	
A. Kesimpulan .....	39
B. Saran .....	40
DAFTAR PUSTAKA.....	41
LAMPIRAN	

### DAFTAR TABEL

TABEL	Halaman
III.1 Volume Penjualan PT. Tunggal Dara Indonesia.....	31
III.2 Volume Penjualan saluran Distribusi Langsung PT. Tunggal Dara Indonesia.....	41
III.3 Volume Penjualan Saluran Distribusi Tidak Langsung PT. Tunggal Dara Indonesia.....	42
III.4 Efisiensi Biaya Distribusi Terhadap Volume Penjualan PT. Tunggal Dara Indonesia .....	35

## III.5 Efisiensi Return Of Investment PT. Tunggal Dara

Indonesia..... 44

**DAFTAR GAMBAR**

GAMBAR	Halaman
II.1 Gambar kerangka pemikiran .....	14
III.1 Bagan Organisasi PT. Tunggal Dara Indonesia .....	19
III.2 Bagan Saluran Distribusi Langsung.....	29
III. 3 Bagan Saluran Distribusi Tidak Langsung.....	30



#### **DAFTAR LAMPIRAN**

1. Surat Pernyataan Keaslian Tugas Akhir
2. Surat Keterangan Magang Kerja
3. Daftar Jumlah Penumpang PT. Tunggal Dara Indonesia Tahun 2006 – 2009
4. Gambar Tiket Bus PT. Tunggal Dara Indonesia



## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Perkembangan dan peningkatan jasa transportasi di Indonesia semakin menjadi perhatian masyarakat. Hal ini membuktikan bahwa jasa transportasi mempunyai peranan penting dalam berbagai aktivitas



kehidupan masyarakat. Jasa transportasi termasuk urat nadi yang sangat penting dalam perekonomian karena menjamin kelancaran arus manusia dan barang.

Pemerintah Indonesia telah memenuhi berbagai upaya untuk mengembangkan dunia transportasi dengan menyediakan sarana dan prasarana baik darat, laut maupun udara. Hal ini dilakukan untuk mewujudkan transportasi yang handal dan efisien sehingga mampu mendukung pertumbuhan ekonomi nasional serta meratakan pembangunan hingga ke daerah terpencil.

Perusahaan Otobus ( PO ) merupakan salah satu alternatif pilihan yang menyediakan jasa transportasi darat yang diharapkan dapat melengkapi kebutuhan masyarakat. Kebutuhan yang tinggi memberikan peluang yang dapat dimanfaatkan perusahaan untuk memenuhi kebutuhan tersebut.

Dalam sistem operasi perusahaan, kegiatan pemasaran merupakan salah satu faktor yang sangat penting dengan pemasar sebagai variabel penghubung antara perusahaan dengan pasar. Dalam sistem perekonomian sekarang, pertukaran dilakukan secara bebas dalam memperoleh barang atau jasa dengan konsumen sebagai penguasa pasar.

Melihat kondisi persaingan yang semakin ketat, saluran distribusi merupakan salah satu faktor yang tidak boleh dabaikan. Pemilihan saluran distribusi merupakan suatu masalah yang sangat penting, sebab

kesalahan yang dilakukan perusahaan dalam memilih saluran distribusi akan memperlambat atau bahkan menghentikan saluran perpindahan barang atau jasa dari produsen ke konsumen. Karena pengaruh saluran distribusi sangat besar terhadap kelancaran penjualan, maka masalah saluran distribusi tidak boleh diabaikan dan harus betul – betul dipertimbangkan.

Untuk menetapkan volume penjualan, perusahaan harus menetapkan saluran distribusi yang digunakan. Saluran distribusi mempunyai arti seperangkat lembaga yang melakukan semua kegiatan yang digunakan untuk saluran barang atau jasa dari produsen ke konsumen. Saluran distribusi dibagi 2 yaitu : saluran distribusi langsung dan saluran distribusi tidak langsung. Saluran distribusi langsung adalah penyampaian barang atau jasa kepada konsumen yang dilakukan sendiri oleh produsen. Sedangkan saluran distribusi tidak langsung adalah penyampaian barang atau jasa kepada konsumen yang dilakukan produsen dengan bantuan pihak lain.

Saluran distribusi yang digunakan oleh PT. Tunggal Dara Indonesia ( PT. TDI ) adalah saluran distribusi langsung dan tidak langsung. Distribusi langsung adalah perusahaan menjual langsung jasa mereka kepada konsumen. Sedangkan distribusi tidak langsung meliputi pemakaian perantara dalam penjualan jasa mereka.

Pihak perantara yang digunakan oleh PT. Tunggal Dara Indonesia dalam saluran distribusi tidak langsung adalah agen. Agen diberikan

wewenang oleh PT. Tunggal Dara Indonesia untuk menjual tiket menurut tarif resmi dari perusahaan. PT. Tunggal Dara Indonesia menggunakan agen agar konsumen tidak perlu banyak membuang waktu dan biaya untuk memperoleh tiket. Selain menjual tiket, para agen diharapkan dapat memberi info yang tepat dan akurat agar konsumen tidak bingung.

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, penulis melakukan penelitian tentang saluran distribusi yang digunakan oleh PT. Tunggal Dara Indonesia. Sehingga judul yang diambil penulis adalah **Analisis Biaya Saluran Distribusi Pada PT. Tunggal Dara Indonesia di Ngadirojo, Wonogiri.**

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, penulis dapat mengambil rumusan masalah sebagai berikut :

1. Saluran distribusi apakah yang lebih efisien yang digunakan oleh PT. Tunggal Dara Indonesia ?
2. Berapa besar pengaruh biaya saluran distribusi terhadap volume penjualan tiket pada PT. Tunggal Dara Indonesia ?

## **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan penulisan tugas akhir yang ingin dikemukakan penulis berdasarkan perumusan masalah diatas adalah :

1. Untuk mengetahui saluran distribusi yang lebih efisien yang digunakan oleh PT. Tunggal Dara Indonesia
2. Untuk mengetahui pengaruh saluran distribusi terhadap volume penjualan tiket pada PT. Tunggal Dara Indonesia

#### **D. Manfaat Penelitian**

Penelitian yang telah dilakukan ini diharapkan dapat bermanfaat :

1. Bagi peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai sumber informasi dan bahan perbandingan dalam menerapkan ilmu teoritis dengan keadaan nyata di lapangan

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan PT. Tunggal Dara Indonesia sebagai masukan dalam melaksanakan suatu kebijakan serta proses pengambilan keputusan dalam bidang distribusi

3. Bagi pihak lain

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi dalam melakukan penelitian yang sejenis.

#### **E. Metode Penelitian**

## 1. Ruang Lingkup Penelitian

### a. Penelitian Lapangan

Penelitian lapangan dilakukan dengan cara meneliti dan mengamati serta mencari data secara langsung pada PT. Tunggal Dara Indonesia

### b. Pustaka

Penelitian pustaka dilakukan dengan cara membaca buku dan literatur yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

## 2. Obyek Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada PT. Tunggal Dara Indonesia yang beralamatkan di Jl. Raya Ngadirojo No. 22, Ngadirojo, Wonogiri

## 3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah :

### a. Wawancara

Wawancara adalah tanya jawab secara langsung dengan karyawan PT. Tunggal Dara Indonesia yang berkaitan dengan masalah yang diteliti untuk mendapatkan data yang jelas.

### b. Observasi

Observasi adalah teknik pengambilan data dengan cara mengamati dan mencatat langsung obyek yang diteliti.

## 4. Jenis Data

Dalam penelitian ini, penulis mengguakan sumber data yang berupa :

a. Data Primer

Data primer adalah data yang secara langsung dikumpulkan oleh peneliti di lapangan melalui wawancara dan observasi. Data primer dalam penelitian ini berupa sejarah perusahaan dan saluran distribusi yang digunakan oleh PT. Tunggal Dara Indonesia.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang digali dengan mengadakan pencatatan secara langsung terhadap data – data yang didapat melalui wawancara. Data sekunder dalam penelitian ini meliputi : data volume penjualan, biaya distribusi dan struktur organisasi perusahaan.

Selain itu, data sekunder diperoleh juga melalui studi pustaka dengan membaca buku dan hasil penelitian yang telah disusun.

5. Teknik Analisis Data

Dalam menganalisis data, penulis menggunakan analisis deskriptif, yaitu menganalisa data dengan cara memberi gambaran terhadap obyek yang diteliti, kemudian ditarik kesimpulan. Metode analisis yang digunakan yaitu :

a. Analisis estimasi biaya distribusi

Analisis estimasi biaya distribusi merupakan analisis yang digunakan untuk mengetahui saluran distribusi yang lebih efisien.

Analisis efisiensi biaya distribusi dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Efisiensi = \frac{Input}{Output} \times 100\%$$

Keterangan : input = biaya distribusi

Output = nilai penjualan

( Liang Gie, 1981 : 26 )

b. Estimasi *return of investment* ( ROI )

Estimasi *return of investment* ( ROI ) adalah estimasi yang digunakan untuk mengetahui saluran distribusi yang dapat menghasilkan tingkat pengembalian yang lebih besar kepada perusahaan, karena alternatif saluran distribusi yang baik juga dilihat dari laba yang dihasilkan dari penggunaan saluran distribusi tersebut. Rumus yang digunakan untuk *return of investment* adalah sebagai berikut :

$$Ri = \frac{Si - Ci}{Ci}$$

keterangan:

Si = Volume penjualan

Ci = Biaya distribusi

(Radosanu, 1986: 174)





## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### E. Definisi Saluran Distribusi dan Jasa

Pasar berawal dari kegiatan tukar menukar barang secara sederhana tanpa memakai alat tukar berupa uang atau logam mulia. Kini dengan perkembangan zaman, pasar semakin membutuhkan alat tukar yang berlaku secara umum, sehingga muncullah uang. Kegiatan pasar yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan manusia tidak hanya melibatkan barang tetapi juga jasa. Jasa adalah salah satu bagian utama pasar.

Dewasa ini sebagian produsen tidak lagi menjual langsung hasil produksinya ke konsumen akhir. Sebagian besar produsen saat ini bekerja sama dengan perantara. Untuk lebih memperjelas, berikut ini Phillip Kotler mendefinisikan saluran distribusi sebagai berikut :

Saluran distribusi terdiri dari seperangkat lembaga yang melakukan semua kegiatan atau fungsi yang digunakan untuk menyalurkan dan status pemiliknya dari produsen ke konsumen.

Untuk selanjutnya, definisi yang bersifat luas diutarakan oleh C. Glenn Walter sebagai berikut :

Saluran adalah sekelompok pedagang dan agen perusahaan yang mengkombinasikan antara pemindahan fisik dan nama dari suatu produk

untuk menciptakan suatu guna bagi pasar tertentu. ( Basu Swasta, 1990 : 286 )

Dari definisi tersebut dapat diketahui terdapat 2 unsur penting, yaitu :

1. Saluran merupakan seperangkat lembaga yang ada diantara berbagai lembaga yang mengadakan kerja sama untuk mencapai suatu tujuan.
2. Tujuan dari saluran pasar adalah untuk mencapai pasar – pasar tertentu, Jadi pasar adalah tujuan akhir dari kegiatan saluran.

Kita mengetahui bahwa membeli barang sering disertai dengan jasa – jasa tertentu dan sebaliknya pembelian jasa sering juga melibatkan barang yang berfungsi sebagai pelengkap. Oleh karena itu, perbedaan barang dan jasa secara tegas sulit kita lakukan.

Meskipun demikian, jasa dapat didefinisikan sebagai berikut :

1. Jasa adalah barang yang tidak kentara (*intangible product*) yang dibeli dan dijual di pasar melalui suatu transaksi yang saling memuaskan. (Basu Swastha : 1984)
2. Jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produk Jasa mungkin berkaitan dengan produk fisik atau tidak. (Kottler dalam Lupiyoadi, 2001)
3. Jasa adalah setiap aktivitas atau manfaat yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang tidak tampak dan tidak nyata kepemilikannya. (Kottler dalam Tjiptono, 1996)

Jasa merupakan suatu kinerja penampilan, tidak berwujud dan cepat hilang, lebih dapat dirasakan daripada dimiliki, serta pelanggan dapat lebih aktif berpartisipasi dalam proses konsumsi jasa tersebut.

Beberapa fungsi atau kegunaan saluran distribusi ( Basu Swastha, 1998 : 38 ) :

1. Pertimbangan Efisiensi
2. Umumnya tanpa perantara.

#### F. Saluran Distribusi

Dalam pemilihan sistem saluran distribusi barang atau jasa yang dihasilkan, perusahaan mempunyai kebebasan untuk memilih. Berdasarkan cara penyampaian barang atau jasa, maka saluran distribusi dapat dikelompokkan menjadi 2 yaitu : ( Marwan Asri, 1986 : 253 )

##### 1. Saluran Distribusi Langsung

Umumnya perusahaan melakui saluran ini karena didorong keinginan selalu dekat dengan konsumen akhir dan ingin mempengaruhi pasar.

Saluran distribusi langsung yang digunakan oleh perusahaan adalah dengan mendirikan cabang atau wakil perusahaan di berbagai tempat.

##### 2. Saluran Distribusi Tidak Langsung

Saluran distribusi tidak langsung melibatkan suatu lembaga perusahaan sebagai penghubung produsen dengan konsumen, yaitu : *breadth of coverage ( direct selling ), retailers dan wholesalers.*

Jasa memiliki karakteristik unik yang membedakan jasa dengan barang sehingga perlu penyesuaian strategi pemasaran atas karakteristik itu.

#### G. Perantara Dalam Distribusi

Perantara dalam distribusi adalah saluran yang digunakan perusahaan. Ada 2 golongan saluran untuk membantu saluran barang dan jasa ke tangan konsumen : ( Basu Swastha, 1979 : 25 )

##### 1. Perantara pedagang

Perantara pedagang digunakan untuk memberikan gambaran bahwa usaha suatu perusahaan mempunyai hubungan yang erat dalam memilih barang. Perantara ini dapat digolongkan menjadi 3 macam :

- a. Produsen
- b. Pedagang besar
- c. Pengecer

##### 2. Perantara Agen

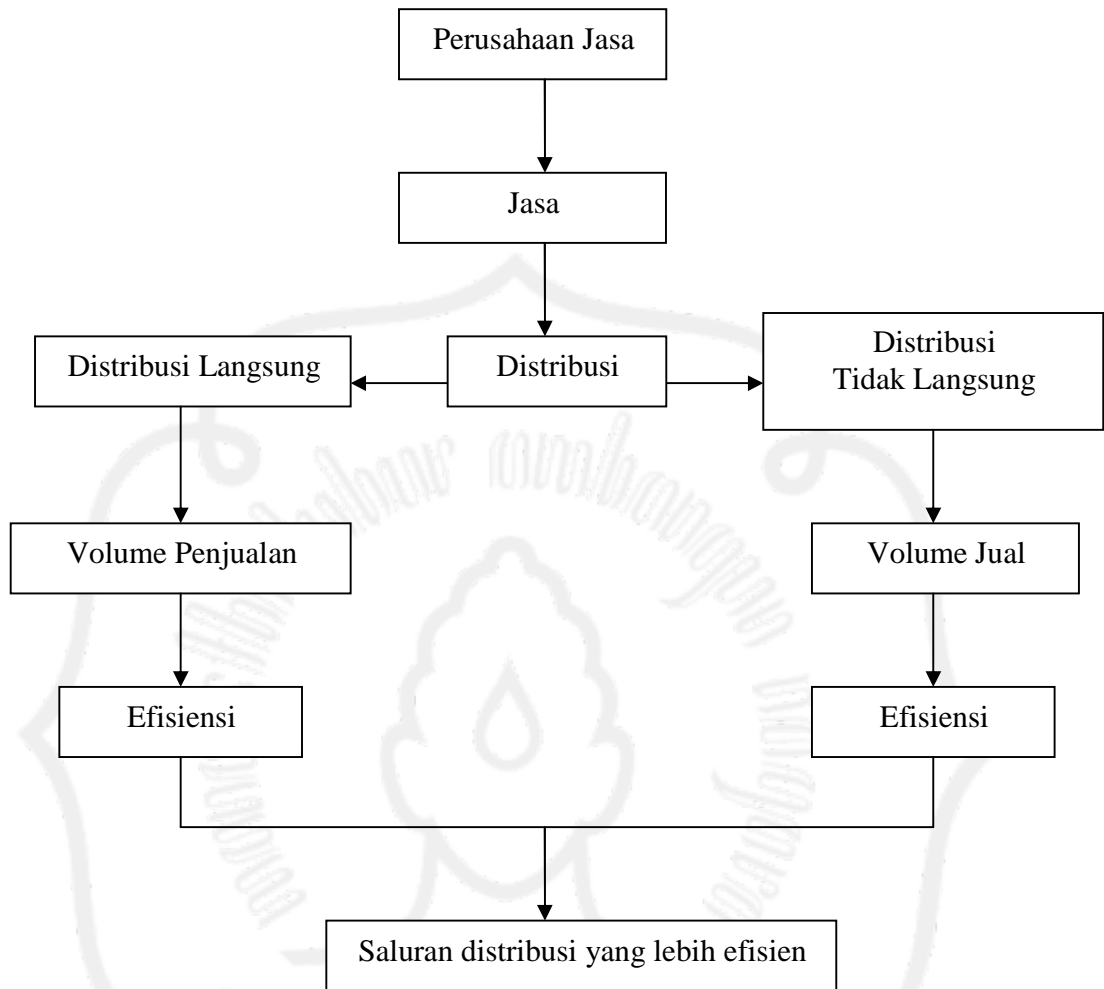
Perantara agen adalah lembaga yang melaksanakan perdagangan dengan menyediakan jasa – jasa atau fungsi khusus yang berhubungan dengan penjualan atau distribusi barang, tetapi mereka tidak mempunyai hak untuk memiliki barang yang diperdagangkan.

#### H. Kerangka Pemikiran

Keputusan perusahaan tentang distribusi menentukan bagaimana cara barang atau jasa dapat dijangkau oleh konsumen atau sesuai dengan sasaran yang diinginkan oleh perusahaan. Perusahaan harus mengembangkan strategi untuk memastikan bahwa barang atau jasa yang dipasarkan kepada konsumen berada pada tempat yang tepat. Distribusi dapat dilakukan dengan cara langsung yang berarti dari produsen ke konsumen dan secara tidak langsung yang berarti menggunakan perantara.

Apabila perusahaan mampu mengetahui keinginan dan kebutuhan konsumen, maka perusahaan harus mampu menyediakan barang atau jasa yang lebih memuaskan konsumen, sehingga akan diterima oleh pasar. Bila barang atau jasa telah diterima pada pasar sasaran, maka secara otomatis volume penjualan barang atau jasa akan meningkat.

Berdasarkan kerangka pemikiran tersebut, maka penulis mencoba menggambarkan kerangka pemikiran sebagai berikut :



**GAMBAR II.1**  
**KERANGKA PEMIKIRAN**

### **BAB III**

#### **ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

##### **D. Gambaran Umum Perusahaan**

PT. Tunggal Dara Indonesia adalah sebuah perusahaan jasa yang bergerak dibidang transportasi darat. PT. Tunggal Dara Indonesia berdiri pada tahun 1969 dengan bentuk awal perusahaan perseorangan yang berupa perusahaan otobus ( PO ). Pada awal berdirinya, PO. Tunggal Dara memiliki beberapa unit bus untuk melayani trayek antar kota dalam propinsi ( AKDP ). Seiring dengan perkembangan zaman dan meningkatnya jumlah angkatan kerja dari wilayah Wonogiri dan sekitarnya, khususnya Jakarta, maka kebutuhan terhadap armada bus mengalami peningkatan.

Peningkatan terhadap armada bus menyebabkan munculnya perusahaan otobus ( PO ) lain, sehingga menyebabkan persaingan semakin ketat. Untu menghadapi persaingan ini, pada tanggal 11 September 1987 PO. Tunggal Dara berubah dari perusahaan perseorangan menjadi perseroan terbatas yang bernama PT. Tunggal Dara Indonesia. PT. Tunggal Dara Indonesia berdiri berdasarkan akte Notaris Cufran Hamal, SH Nomor 41 dengan empat pemegang saham yaitu : Drs. Sumargono sebanyak 93 saham, Darmo Sutarno sebanyak 83

saham, Drs. Sumaryoto sebanyak 16 saham dan Drs. Mulyadi sebanyak 8 saham.

Dengan adanya perubahan dari perusahaan perseorangan menjadi perseroan terbatas diharapkan PT. Tunggal Dara Indonesia mampu meningkatkan kemampuan perusahaan terutama dalam hal permodalan, sehingga diharapkan mampu menambah jumlah armada bus untuk memenuhi kebutuhan pasar. Selain itu juga untuk meningkatkan kemampuan manajemennya untuk menghadapi persaingan dengan perusahaan otobus lain di daerah Wonogiri dan sekitarnya.

Pada akhir tahun 1999 PT. Tunggal Dara Indonesia mengalami pemisahan. Pemegang saham terbesar Drs. Sumargono serta Drs. Sumaryoto keluar dari PT. Tunggal Dara Indonesia. Selanjutnya, kedua orang tersebut mendirikan perusahaan otobus ( PO ) baru yang bernama PT. Gajah Mungkur Sejahtera.

Sebagai sebuah perusahaan, PT. Tunggal Dara Indonesia memiliki atribut – atribut perusahaan, antara lain :

#### 1. Lokasi Perusahaan

PT. Tunggal Dara Indonesia memiliki kantor pusat pada sebidang tanah seluas 2000 m<sup>2</sup>. Kantor pusat PT. Tunggal Dara Indonesia berada di desa Kenteng RT 03 RW 03, Kelurahan Ngadirojo, Kabupaten Wonogiri. Kantor pusat PT. Tunggal Dara Indonesia



memiliki beberapa bangunan yang berfungsi sebagai fasilitas penunjang yang berupa garasi bus, gudang suku cadang..

Selain kantor pusat di Wonogiri, PT. Tunggal Dara Indonesia juga mempunyai kantor cabang sebagai perwakilan perusahaan. Kantor cabang PT. Tunggal Dara Indonesia terletak di daerah Cibitung, Bekasi dengan luas kantor 1500 m<sup>2</sup>. Fasilitas yang terdapat pada kantor cabang PT. Tunggal Dara Indonesia antara lain kantor cabang PT. Tunggal Dara Indonesia, tempat penjualan tiket, garasi bus dan tempat tinggal bagi sopir dan kernet yang berada di Jakarta.

## 2. Armada operasional

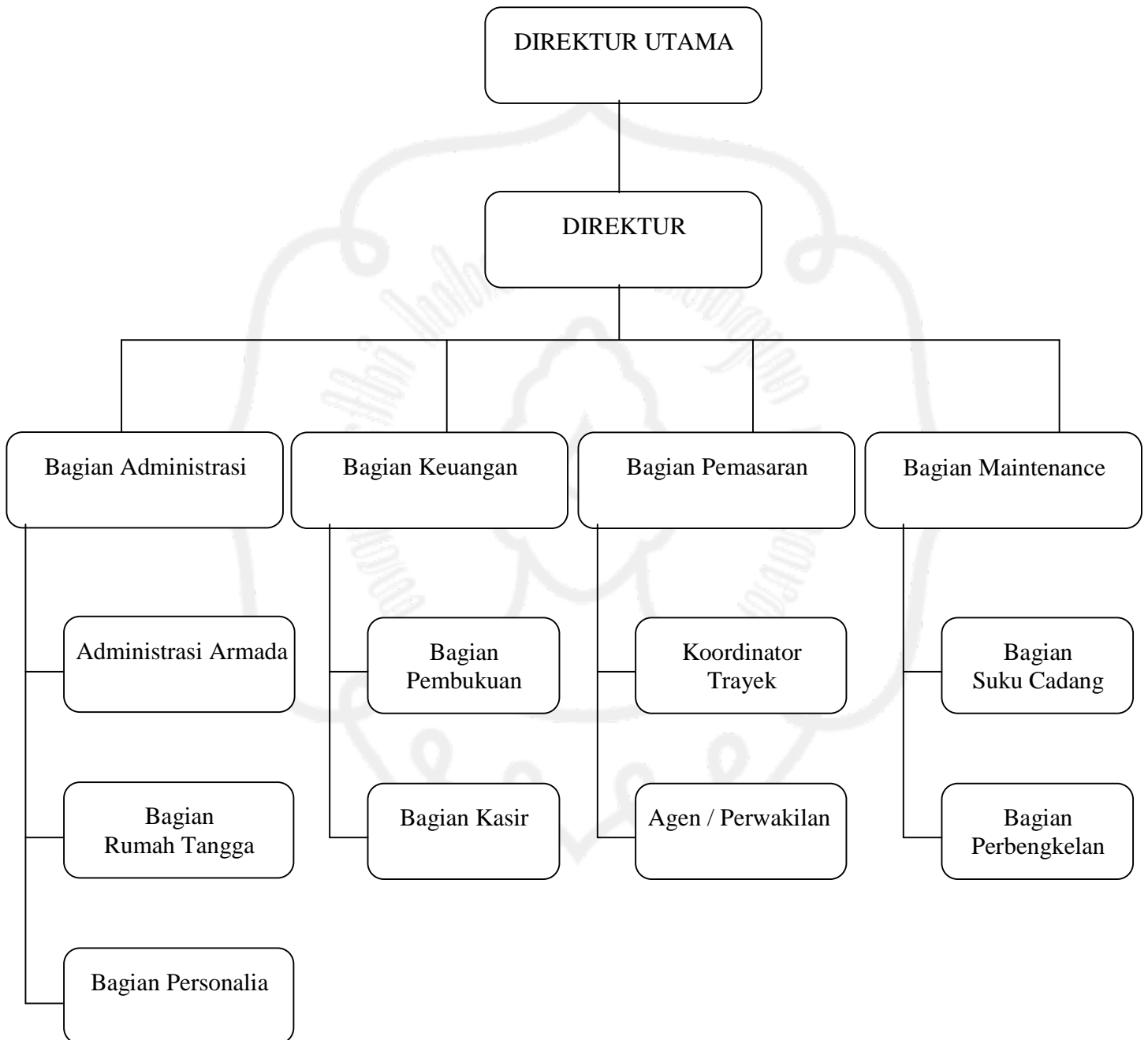
PT. Tunggal Dara Indonesia pada saat pemisahan di akhir tahun 1999 memiliki jumlah armada bus sebanyak 35 armada. Kemudian untuk menghadapi persaingan dengan perusahaan otobus lain dan untuk mencukupi kebutuhan pasar di daerah Wonogiri, PT. Tunggal Dara Indonesia pada tahun 2000 menambah jumlah armada bus sebanyak 5 buah. Pada tahun 2005, PT. Tunggal Dara Indonesia menambah lagi jumlah armada mereka sebanyak 3 unit, sehingga saat ini PT. Tunggal Dara Indonesia mengoperasikan 43 armada bus dengan perincian 6 armada bus untuk kelas eksekutif, 24 armada bus untuk kelas patas AC dan 13 armada bus untuk kelas bisnis non AC

### 3. Organisasi

Organisasi adalah suatu bentuk kerjasama yang dilakukan dua orang atau lebih untuk mencapai tujuan bersama. Oleh karena itu, perusahaan membutuhkan organisasi agar tujuan yang diharapkan dapat tercapai. Demikian juga dengan PT. Tunggal Dara Indonesia membutuhkan organisasi untuk mencapai tujuan yang diharapkan.

Struktur organisasi bagi suatu perusahaan merupakan kerangka yang menunjukkan pembagian tugas dan tanggung jawab masing – masing bagian yang bertujuan untuk memudahkan pimpinan mengadakan pengawasan dalam bentuk pertanggung jawaban dari masing - masing bagian. Struktur organisasi yang digunakan oleh PT. Tunggal Dara Indonesia adalah berbentuk garis atau lini. Bagan struktur organisasi PT. Tunggal Dara Indonesia dapat dilihat pada gambar berikut :

BAGAN STRUKTUR ORGANISASI  
PT. TUNGGAL DARA INDONESIA



**Gambar III.1**  
**Bagan Organisasi PT. Tunggal Dara Indonesia**

Berdasarkan struktur organisasi PT. Tunggal Dara Indonesia diatas, penulis jabarkan tugas dan tanggung jawab pada tiap – tiap bagian :

a. Direktur Utama

Direktur utama memiliki tugas untuk memimpin dan bertanggung jawab terhadap kegiatan yang dilaksanakan atas nama perusahaan, baik di dalam atau di luar perusahaan. Selain itu, direktur utama juga bertanggung jawab atas seluruh kegiatan operasional perusahaan.

b. Direktur

Direktur bertugas mengkoordinir dan mengawasi tugas yang diberikan pada masing- masing bagian, kemudian mengadakan pengawasan dan evaluasi internal manajemen, organisasi, informasi dan tata kerja lainnya. Selain itu direktur bersama direktur utama bertugas untuk memimpin rapat yang diadakan secara berkala dan jika dipandang perlu untuk membahas suatu masalah.

c. Bagian Administrasi dan Umum

Bagian administrasi umum bertugas dan bertanggung jawab dalam mengadakan kebijakan umum di bidang administrasi dengan didasarkan pada petunjuk direktur, mengawasi penyelenggaraan administrasi karyawan, serta mengawasi penyelenggaraan

pengelolaan absensi karyawan. Dalam menjalankan tugasnya, bagian administrasi umum dibantu oleh beberapa seksi, yaitu :

1) Seksi administrasi armada

Seksi administrasi armada bertanggung jawab terhadap terselenggaranya kegiatan administrasi armada bus, yaitu tersedianya kelengkapan surat-surat armada bus.

2) Seksi rumah tangga

Seksi rumah tangga bertugas dan bertanggung jawab atas pengadaan atau tersedianya peralatan kantor dan bahan habis pakai yang diperlukan dalam kegiatan operasional perusahaan.

3) Seksi personalia

Tugas dan tanggung jawab seksi personalia adalah merumuskan kebijakana personalia serta mengurus pengadaan, penempatan, peningkatan produktivitas dan kesejahteraan karyawan.

d. Bagian Keuangan

Bagian keuangan bertugas dan bertanggung jawab untuk membantu direktur dalam pengendalian keuangan perusahaan, mengawasi segala pemasukan dan pengeluaran uang perusahaan, membuat rencana pemasukan dan pengeluaran uang perusahaan, serta meneliti laporan keuangan dan neraca yang diperlukan perusahaan. Dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya, bagian keuangan dibantu oleh 2 seksi antara lain :

1) Seksi pembukuan atau pencatatan

Seksi pembukuan atau pencatatan bertugas serta bertanggung jawab melakukan pembukuan atau pencatatan terhadap semua transaksi yang terjadi selama tahun buku di dalam lingkungan perusahaan.

2) Seksi kasir

Seksi kasir bertugas mengatur dana serta administrasi terhadap penggunaannya serta bertanggung jawab pada segala transaksi pembayaran.

e. Bagian Pemasaran

Bagian pemasaran bertugas dan bertanggung jawab terhadap terlaksananya kebijaksanaan pokok dalam bidang pemasaran serta melakukan pengawasan dan koordinasi dengan perwakilan atau agen. Dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya, bagian pemasaran dibantu oleh dua seksi antara lain :

1) Koordinator trayek

Koordinator trayek bertugas melakukan pengawasan dan pengaturan jam operasi armada bus dengan segala jurusan.

2) Agen atau perwakilan

Agen atau perwakilan bertugas melaksanakan penjualan tiket bus serta melakukan promosi.

f. Bagian Maintenance

Bagian maintenance bertugas mengawasi perbaikan maupun perawatan terhadap armada bus dan alat – alat milik perusahaan serta bertanggung jawab atas tersedianya kebutuhan suku cadang bagi kendaraan sehingga kelancaran operasional perusahaan dapat terjamin. Dalam melaksanakan tugasnya bagian maintenance dibantu oleh dua seksi, yaitu :

1) Bagian suku cadang

Bagian suku cadang bertugas dan bertanggung jawab melakukan pengadaan suku cadang kendaraan, mengawasi penggunaannya dan melakukan pencatatan tentang penerimaan dan pemakaian suku cadang.

2) Bagian perbengkelan

Bagian perbengkelan bertugas dan bertanggungjawab melaksanakan perawatan dan perbaikan terhadap armada bus milik perusahaan.

4. Karyawan

PT. Tunggal Dara Indonesia saat ini memiliki 255 karyawan yang terdiri dari :

i. Karyawan tetap

Karyawan tetap PT. Tunggal Dara Indonesia berjumlah 90 orang terdiri dari :

- |                        |          |
|------------------------|----------|
| 1. Direktur utama      | 1 orang  |
| 2. Direktur            | 1 orang  |
| 3. Bagian administrasi | 8 orang  |
| 4. Bagian keuangan     | 15 orang |
| 5. Bagian pemasaran    | 15 orang |
| 6. Bagian maintenance  | 40 orang |
| 7. Keamanan            | 10 orang |

ii. Karyawan tidak tetap

Karyawan tidak tetap PT. Tunggal Dara Indonesia berjumlah 165 orang yang terbagi atas karyawan yang bekerja pada bagian :

- 1) Agen / perwakilan
- 2) Kru bus
- 3) Tukang cuci bus

5. Potensi Pasar

Kondisi alam di daerah Kabupaten Wonogiri dan sekitarnya yang kering dan berbatu menyebabkan angkatan kerja banyak yang mencari kerja keluar dari daerah. Salah satu tujuan mereka adalah Jakarta. Keberhasilan para perantau dari Wonogiri mendorong generasi berikutnya untuk ikut mengadu nasib di ibu kota. Namun, yang unik dari masyarakat Wonogiri dan sekitarnya adalah cukup kuatnya keterkaitan mereka dengan kampung halaman. Hal ini bisa dibuktikan dengan frekuensi pulang pergi dari kota dimana mereka bekerja ke kampung halaman yang cukup tinggi.



Kondisi semacam ini tentu saja membuka peluang pasar bagi perusahaan otobus karena permintaan terhadap jasa bus ikut meningkat. Hal itulah yang mendorong PT. Tunggal Dara Indonesia untuk melayani para perantau ini. PT. Tunggal Dara Indonesia melayani trayek antar kota antar propinsi ( AKAP ) dengan jurusan Wonogiri – Jakarta. Konsumen pengguna jasa ini adalah perantau yang berasal dari Kabupaten Wonogiri dan sekitarnya. Kebutuhan terhadap armada bus di daerah Wonogiri pada saat ini sangat besar, sehingga PT. Tunggal Dara Indonesia saat ini mengoperasikan 43 unit armada bus.

PT. Tunggal Dara Indonesia mengutamakan pelayanan dan kenyamanan kepada para konsumennya. Sejalan ini, PT. Tunggal Dara Indonesia telah menjalankan beberapa strategi untuk dapat mempertahankan pangsa pasarnya, yaitu :

- a. Membuka perwakilan atau agen di daerah potensial di Kabupaten Wonogiri dan sekitarnya.
- b. Antar jemput bagi penumpang sampai agen masing - masing
- c. Mempertahankan mutu layanan, terutama keamanan, kenyamanan dan fasilitas yang dimiliki.
- d. Mengoperasikan armada bus dengan kondisi baik dan sesuai dengan keinginan penumpang.

## 6. Persaingan

Dalam menjalankan suatu usaha sangat jarang suatu organisasi hanya sendirian. Usaha untuk membangun sebuah pemasaran yang efisien guna melayani pasar sering disaingi oleh usaha serupa oleh pihak lain. Sistem pemasaran perusahaan dikelilingi dan dipengaruhi oleh sekelompok pesaing. Para pesaing ini perlu diidentifikasi, diawasi dan dievaluasi untuk memperoleh serta mempertahankan kesetiaan pelanggan kepada perusahaan.

Persaingan antar perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa bus khususnya trayek Wonogiri – Jakarta di Kabupaten Wonogiri dan sekitarnya cukup ketat. Persaingan dapat dilihat dengan banyaknya perusahaan sejenis yang mengoperasikan bus – busnya untuk trayek tersebut, diantaranya :

- a. PO. Sumba Putra
- b. PO. Timbul Jaya
- c. PO. Tunggal Dara Putera
- d. PO. Gajah Mungkur
- e. PO. Gajah Mulia Sejahtera
- f. PO. Sedyo Mulya
- g. PO. Aneka Jaya
- h. PO. Pacitan Jaya Putra
- i. PO. new Ismo
- j. PO. Gunung Mulia

k. PO. Sindoro Satriamas

l. PO. Pahala Kencana, dan masih banyak lagi.

Dengan semakin banyaknya perusahaan sejenis di daerah Wonogiri dan sekitarnya yang melayani trayek yang sama, menyebabkan manajemen PT. Tunggal Dara Indonesia berusaha mencari cara untuk dapat unggul dalam persaingan dengan jalan memberikan kepuasan bagi konsumen sehingga segala keluhan, kritik dan saran dari pelanggan akan dipelajari serius untuk meningkatkan kepuasan pelanggannya.

#### E. Laporan Magang Kerja

##### a. Pengertian magang kerja

Magang kerja adalah salah satu kegiatan penunjang perkuliahan diluar kampus yang memiliki orientasi pada dunia kerja. Magang kerja dilakukan dengan tujuan agar mahasiswa dapat menerapkan teori-teori yang telah diperoleh di bangku kuliah. Selain itu, pada saat magang kerja mahasiswa melakukan penelitian untuk memperoleh data yang akan digunakan untuk menyusun tugas akhir. Data yang telah diperoleh akan diolah kemudian dibahas serta dijabarkan dalam tugas akhir.

##### b. Tujuan magang kerja

Tujuan dari pelaksanaan magang kerja antara lain :

- i. Mahasiswa memperoleh pengalaman dan pengetahuan tentang aktivitas kerja di dunia nyata.

- ii. Mahasiswa mengetahui permasalahan yang terdapat dalam suatu perusahaan dan cara untuk menyelesaikan masalah tersebut.
- iii. Sebagai tempat belajar mahasiswa untuk menerapkan ilmu yang diperoleh di bangku perkuliahan.

c. Pelaksanaan magang kerja

Magang kerja ini telah penulis lakukan pada :

- a. Tanggal : 16 Februari 2009 – 16 Maret 2009
  - b. Tempat : Kantor Pusat PT. Tunggal Dara Indonesia
  - c. Alamat : Desa Kenteng RT. 03 RW. 03,  
Kelurahan Ngadirojo, Wonogiri
  - d. Waktu magang kerja : Minggu - Sabtu ( pkl 08.00 – 13.30 WIB )
- d. Kegiatan magang kerja

Selama melakukan magang kerja di PT. Tunggal Dara Indonesia, penulis ditempatkan pada bagian penjualan tiket dan customer service dengan tugas sebagai berikut :

1. Melayani penjualan tiket penumpang khusus kelas AC Eksekutif secara langsung.
2. Melayani pemesanan tiket penumpang melalui saluran telepon
3. Mencatat transaksi penjualan tiket dan daftar penumpang tiap harinya
4. Melayani pengaduan dari konsumen tentang pelayanan jasa secara langsung dan melalui saluran telepon.

## F. Pembahasan Masalah

### 1. Saluran Distribusi Perusahaan

Secara garis besar, saluran distribusi berperan sebagai penghubung antara perusahaan sebagai produsen dengan konsumen sebagai pemakai jasa yang dihasilkan perusahaan. Perusahaan harus berhati – hati dalam memilih dan menggunakan saluran distribusi yang akan digunakan, karena pemilihan dan penggunaan saluran distribusi menentukan keberhasilan usaha pemasaran barang atau jasa.

Dalam pembahasan ini, merupakan pembahasan untuk mengetahui saluran distribusi yang menguntungkan bagi perusahaan. Data – data yang diperoleh dari PT. Tunggal Dara Indonesia antara lain : volume penjualan dan biaya distribusi dari tahun 2006 – 2008.

#### a. Saluran distribusi langsung

Saluran distribusi langsung yaitu suatu cara penyampaian jasa dari perusahaan ke konsumen akhir yang dilakukan sendiri oleh PT. Tunggal Dara Indonesia. Gambaran saluran distribusi langsung yang dilakukan PT. Tunggal Dara Indonesia adalah sebagai berikut :

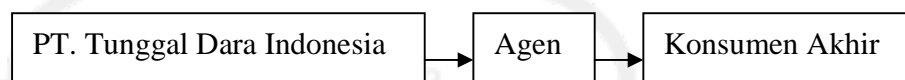


**GAMBAR III.2**

**Bagan Saluran Distribusi Langsung**

b. Saluran distribusi tidak langsung

Saluran Distribusi tidak langsung adalah penyampaian jasa dari perusahaan ke konsumen akhir yang dilakukan dengan menggunakan jasa perantara. Gambaran saluran distribusi tidak langsung yang digunakan oleh PT. Tunggal Dara Indonesia adalah sebagai berikut:



**Gambar III.3**

**Bagan Saluran Distribusi Tidak Langsung**

Keuntungan yang diperoleh PT. Tunggal Dara Indonesia dengan adanya saluran distribusi langsung dan saluran distribusi tidak langsung adalah sebagai berikut :

- a. Mengurangi tugas PT. Tunggal dara Indonesia dalam kegiatan distribusi untuk mencapai konsumen, sehingga biaya distribusi akan menjadi lebih murah.
- b. Perantara dapat membantu mencari konsumen dengan menawarkan jasa PT. Tunggal Dara Indonesia
- c. Membantu kegiatan promosi, karena secara tidak langsung agen menawarkan jasa PT. Tunggal Dara Indonesia

## 2. Analisis Biaya Distribusi Terhadap Volume Penjualan

Volume penjualan pada PT. Tunggal dara Indonesia dalam 1 periode ( 1 tahun ) menghasilkan penjualan yang terdiri dari penjualan yang menggunakan saluran distribusi langsung dan saluran distribusi tidak langsung. Volume penjualan tersebut merupakan hasil dari penjualan tiket PT. Tunggal Dara Indonesia. Dibawah ini data penjualan tahun 2006 – 2008 pada PT. Tunggal dara Indonesia :

**Tabel III.1**

**Jumlah Volume Penjualan PT. Tunggal Dara Indonesia**

Tahun	Jumlah Volume Penjualan
2006	Rp. 12.746.795.000
2007	Rp. 13.913.005.000
2008	Rp. 18.106.770.000

Sumber : Data primer yang diolah, 2009

Dari data diatas, terlihat volume penjualan dari tahun 2006 – 2008 mengalami peningkatan. Namun sesungguhnya, jumlah penumpang PT. Tunggal Dara Indonesia setiap tahunnya mengalami penurunan. Faktor penyebab turunnya jumlah penumpang PT. Tunggal Dara Indonesia adalah semakin mahalnya biaya transportasi. Faktor ini menyebabkan konsumen benar – benar berpikir untuk melakukan suatu perjalanan. Selain

itum munculnya perusahaan otobus ( PO ) lain di daerah Wonogiri semakin memperketat persaingan di jasa transportasi.

Untuk selanjutnya, penulis akan membahas volume penjualan yang dihasilkan dari penggunaan saluran distribusi langsung maupun saluran distribusi tidak langsung. Dibawah ini merupakan data volume penjualan PT. Tunggol Dara Indonesia yang memakai saluran distribusi langsung. PT. Tunggol Dara Indonesia menyalurkan tiketnya langsung kepada konsumen akhir. Biaya distribusi langsung PT. Tunggol Dara Indonesia adalah upah penjualan yang diberikan kepada karyawan bagian penjualan tiket. Upah yang diberikan adalah Rp. 3.000,- per tiket yang terjual.

**Tabel III.2**

**Volume Penjualan Saluran Distribusi Langsung  
PT. Tunggol Dara Indonesia**

Tahun	Volume Penjualan
2006	Rp. 3.186.698.750,-
2007	Rp. 3.478.251.250,-
2008	Rp. 4.526.692.500,-

Sumber : Data primer yang diolah, 2009

Sedangkan biaya distribusi tidak langsung PT. Tunggol Dara Indonesia adalah upah penjualan tiket yang diberikan kepada agen



– agen PT. Tunggal Dara Indonesia. Besarnya upah yang diberikan adalah Rp.5.000,- per tiket yang terjual.

Dibawah ini merupakan data volume penjualan PT. Tunggal Dara Indonesia yang memakai saluran distribusi tidak langsung

**Tabel III.3**

**Volume Penjualan Saluran Distribusi Tidak Langsung  
PT. Tunggal Dara Indonesia**

Tahun	Volume Penjualan
2006	Rp. 9.560.096.250,-
2007	Rp. 10.434.753.750,-
2008	Rp. 13.580.077.500,-

Sumber : Data primer yang diolah, 2009

Dari data diatas, terlihat perbedaan yang sangat mencolok antara volume penjualan yang menggunakan saluran distribusi langsung dengan yang menggunakan saluran distribusi tidak langsung. Hal tersebut memperlihatkan bahwa saluran distribusi tidak langsung lebih menguntungkan bagi PT. Tunggal Dara Indonesia karena dapat menghasilkan volume penjualan yang lebih tinggi.

### 3. Analisis efisiensi biaya distribusi

Untuk dapat melakukan analisis tersebut, diperlukan data – data dari PT. Tunggal Dara Indonesia. Data – data yang diperlukan untuk analisis data tersebut adalah data – data penjualan melalui saluran distribusi dan saluran distribusi tidak langsung pada tahun 2006 – 2008. Adapun efisiensi biaya saluran distribusi langsung dan tidak langsung dapat menggunakan rumus :

$$Efisiensi = \frac{Input}{Output} \times 100\%$$

Keterangan : input = biaya distribusi

Output = nilai penjualan

( Liang Gie, 1981 : 26 )

#### i. Biaya Saluran Distribusi Tidak Langsung

$$\begin{aligned} \text{Tahun 2006} = Efisiensi &= \frac{102.136.080}{12.746.795.000} \times 100\% \\ &= 0,80\% \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Tahun 2007} = Efisiensi &= \frac{105.811.800}{13.913.005.000} \times 100\% \\ &= 0,76\% \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Tahun 2008} = Efisiensi &= \frac{105.298.200}{18.106.770.000} \times 100\% \\ &= 0,58\% \end{aligned}$$

## ii. Biaya Saluran Distribusi Tidak Langsung

$$\begin{aligned} \text{Tahun 2006} = \text{Efisiensi} &= \frac{610.183.750}{12.746.795.000} \times 100\% \\ &= 4,78\% \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Tahun 2007} = \text{Efisiensi} &= \frac{661.323.750}{13.913.005.000} \times 100\% \\ &= 4,75\% \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Tahun 2008} = \text{Efisiensi} &= \frac{658.113.750}{18.106.770.000} \times 100\% \\ &= 3,63\% \end{aligned}$$

Dari data diatas, dibawah ini penulis menyajikan dalam bentuk tabel yang berisi tentang efisiensi biaya saluran distribusi terhadap volume penjualan PT. Tunggal Dara Indonesia tahun 2006 – 2008.

Tabel III.4

**Efisiensi Biaya Ditribusi Tehadap Volume Penjualan  
PT. Tunggal Dara Indonesia**

Tahun	Distribusi Langsung	Distribusi Tidak Langsung
2006	0,80 %	4,78 %
2007	0,76 %	4,75 %
2008	0,58 %	3,63 %

Sumber : Data primer yang diolah, 2009

Dengan melihat perbandingan persentase yang ada dalam tabel diatas, maka dapat dipastikan bahwa saluran distribusi langsung memiliki persentase lebih rendah daripada saluran distribusi tidak langsung. Hal ini membuktikan bahwa saluan distribusi langsung lebih

efisien digunakan PT. Tunggal Dara Indonesia daripada saluran distribusi tidak langsung.

#### 4. Analisis *Return of Investment*

Dalam analisa ini akan menunjukkan jenis saluran distribusi yang akan menghasilkan laba lebih tinggi tingkat pengembaliannya kepada perusahaan yang diukur dengan biaya distribusi serta penjualan yang dipakai. Adapun rumusnya sebagai berikut :

$$Ri = \frac{Si - Ci}{Ci}$$

keterangan:

Si = Volume penjualan

Ci = Biaya distribusi

(Radosanu, 1986: 174)

##### a. Estimasi *RI* untuk distribusi langsung

$$\begin{aligned} \text{Tahun 2006} = RI &= \frac{3.186.698.750 - 102.136.080}{102.136.080} \\ &= 30,20 \% \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Tahun 2007} = RI &= \frac{3.478.251.250 - 105.811.800}{102.811.800} \\ &= 32,80 \% \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Tahun 2008} = RI &= \frac{4.526.692.500 - 105.298.200}{105.298.200} \\ &= 41,98 \% \end{aligned}$$

b. Estimasi *RI* untuk distribusi tidak langsung

$$\begin{aligned} \text{Tahun 2006} = RI &= \frac{9.560.096.250 - 610.188.750}{610.188.750} \\ &= 14,66 \% \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Tahun 2007} = RI &= \frac{10.434.753.750 - 661.323.750}{661.323.750} \\ &= 14,77 \% \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Tahun 2008} = RI &= \frac{13.580.077.500 - 658.113.750}{105.298.200} \\ &= 19,6 \% \end{aligned}$$

Dari data diatas, dibawah ini penulis menyajikan dalam bentuk tabel yang berisi tentang estimasi *return of investment* volume pada PT. Tunggal Dara Indonesia tahun 2006 – 2008 :

**Tabel III.5**  
**Efisiensi Return Of Investment**  
**PT. Tunggal Dara Indonesia**

Tahun	Distribusi Langsung	Distribusi Tidak Langsung
2006	30,20%	14,66%
2007	32,80%	14,77%
2008	41,98%	19,6%

Dari kedua analisa tersebut menunjukkan bahwa saluran distribusi langsung lebih efisien daripada saluran distribusi tidak langsung dan menghasilkan laba yang lebih besar dan lebih tinggi

dalam menghasilkan tingkat pengembalian dari biaya distribusi yang dikeluarkan oleh PT. Tunggal Dara Indonesia.



## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan pada PT. Tunggal Dara Indonesia, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. PT. Tunggal Dara Indonesia dalam menyalurkan jasanya menggunakan dua saluran distribusi yaitu saluran distribusi langsung dan tidak langsung, dimana saluran distribusi langsung berarti PT. Tunggal Dara Indonesia menyalurkan jasanya langsung kepada konsumen akhir, sedangkan saluran distribusi tidak langsung PT. Tunggal Dara Indonesia menggunakan perantara berupa agen.
2. Daerah pemasaran jasa PT. Tunggal Dara Indonesia meliputi wilayah yang termasuk dalam Eks Karesidenan Surakarta, Pacitan, Ponorogo, Salatiga dan Jakarta.
3. Dari hasil penelitian dengan menggunakan analisis return of investment, saluran distribusi langsung lebih efisien dan menghasilkan laba lebih tinggi dan lebih besar dalam menghasilkan tingkat pengembalian daripada saluran distribusi tidak langsung
4. Dari hasil analisa menggunakan analisis efisiensi biaya distribusi dapat disimpulkan bahwa saluran distribusi langsung

lebih efisien dibandingkan dengan saluran distribusi tidak langsung.

## B. Saran

Saran yang diberikan penulis kepada PT. Tunggal Dara Indonesia sebagai masukan dalam memutuskan saluran distribusi adalah :

1. Penggunaan saluran distribusi tidak langsung pada PT. Tunggal Dara Indonesia sudah tepat, namun perlu adanya pemanfaatan yang maksimal terhadap saluran distribusi tidak langsung, untuk meningkatkan daerah pasar yang lebih luas.
2. Efisiensi biaya distribusi harus benar – benar diupayakan, karena hal tersebut juga berpengaruh terhadap laba yang dihasilkan oleh perusahaan.
3. Segala kekuatan dan kemampuan yang dimiliki oleh PT. Tunggal Dara Indonesia agar digunakan untuk mempertahankan dan meningkatkan pasar sehingga PT. Tunggal Dara Indonesia tetap terjaga dan semakin sukses.



**DAFTAR PUSTAKA**

- Kotler, Phillip . 1991. Manajemen Pemasaran (terjemahan). Edisi Ke Empat. Erlangga : Jakarta
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. **Manajemen Pemasaran Jasa**. Jakarta: Salemba Empat
- Madura, Jeff. 2001. Pengantar Bisnis (terjemahan). Edisi 1. Salemba Empat : Yogyakarta
- Radosanu. Manajemen Pemasaran Suatu Pendekatan Analisis. Edisi II. BPFE : Yogyakarta
- S, Winarno. Pengantar Penelitian Ilmiah. Edisi Ke Tujuh. Tarsito : Bandung
- Susanto, Christiawan. 2005. Evaluasi Biaya Distribusi Pada Perusahaan PS. Mas Di Surakarta. Tugas akhir tidak dipublikasikan
- Swasta DH, Basu. 1984. **Azas-Azas Marketing**. Yogyakarta: Liberty
- Swastha DH, Basu. 1996. Azas – Azas Marketing. Liberty : Yogyakarta
- Swastha DH, Basu dan Irawan, MBA, Drs. 1999. Manajemen Pemasaran Modern, Edisi II. BPFE : Yogyakarta
- Tjiptono, Fandy. 1996. **Manajemen Jasa**. Yogyakarta: Andi Offset



## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama Mahasiswa : **BHAYU SUHARYANTO**

Nomor Induk Mahasiswa : **F 3206025**

Fakultas : **Ekonomi Universitas Sebelas Maret**

Jurusan / Program Studi : **Manajemen Pemasaran**

Tempat / Tanggal lahir : **Lampung, 06 Desember 1987**

Alamat Rmh / No. Telp : **Panggung Rejo RT 03/23 Jebres, Surakarta/081329484757**

Judul Tugas Akhir : **ANALISIS BIAYA SALURAN DISTRIBUSI  
PADA PT. TUNGGAL DARA INDONESIA  
WONOGIRI**

Pembimbing Tugas Akhir : **Drs. Bambang Sarosa, M.Si**

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Tugas Akhir yang saya sendiri
2. Apabila ternyata dikemudian hari diketahui bahwa Tugas Akhir yang saya susun tersebut terbukti merupakan hasil juplakan / salinan / saduran karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi berupa :
  - a. Sebelum dinyatakan LULUS  
\*Menyusun ulang Tugas Akhir dan diuji kembali
  - b. Setelah dinyatakan LULUS  
\*Pencabutan gelar dan penarikan Ijasah kesarjanaaan yang telah diperoleh

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surakarta, 6 Juli 2009

Yang menyatakan



**BHAYU SUHARYANTO**



KANTOR PUSAT : JL. RAYA NO. 22 NGADIROJO TELP. 0273-321139-323144 WONOGIRI SURAKARTA  
CABANG JAKARTA : JL. ALTERI TOL CIBITUNG NO. 28 TELP. 021 - 88332812 - 88333350 BEKASI

## SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan dibawah ini PT. Tunggal Dara Indonesia dengan ini menerangkan :

Nama : Bhayu Suharyanto  
NIM : F3206025  
Fakultas : Manajemen Pemasaran UNS.

Bahwa yang bersangkutan telah magang kerja dan mengadakan penelitian di PT. Tunggal Dara Indonesia dari tanggal 16 Pebruari s/d 16 Maret 2009 guna menyusun tugas akhir dengan judul : ANALISIS BIAYA SALURAN DISTRIBUSI PADA PT. TUNGGAL DARA INDONESIA DI NGADIROJO, WONOGIRI.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wonogiri, 20 Mei 2009  
PT. Tunggal Dara Indonesia

Ny. Sri Sukatni  
Pimpinan

**DAFTAR JUMLAH PENUMPANG  
PT. TUNGGAL DARA INDONESIA**

Tahun : 2006

Bulan	Bisnis Non AC		Patac AC		Eksekutif	
	Kantor	Agen	Kantor	Agen	Kantor	Agen
Januari	1006	3019	2614	7840	653	1960
Februari	814	2442	1951	5854	488	1463
Maret	838	2513	2022	6066	505	1517
April	775	2327	1852	5554	462	1389
Mei	1053	3158	1984	5953	504	1488
Juni	906	2719	1760	5279	440	1320
Juli	749	2249	1798	5392	449	1348
Agustus	760	2281	2003	6011	501	1503
September	1025	3076	2051	6151	512	1538
Oktober	954	2861	1964	5890	490	1473
November	1003	3009	2022	6067	505	1517
Desember	957	2872	1851	5554	469	1380

Tahun : 2007

Bulan	Bisnis Non AC		Patac AC		Eksekutif	
	Kantor	Agen	Kantor	Agen	Kantor	Agen
Januari	762	2287	2440	7318	609	1830
Februari	618	1853	1977	5932	494	1483
Maret	1042	3127	1946	5837	487	1459
April	660	1980	2112	6336	528	1584
Mei	463	1390	1482	4448	371	1112
Juni	927	2780	1853	5561	464	1390
Juli	739	2218	2366	7098	591	1775
Agustus	1187	3561	2204	6614	552	1653
September	4740	60	2470	7410	617	1853
Oktober	601	1805	1854	5560	463	1390
November	852	2558	2689	8069	673	2017
Desember	1717	5153	3261	9781	815	2445

Tahun : 2008

Bulan	Bisnis Non AC		Patac AC		Eksekutif	
	Kantor	Agen	Kantor	Agen	Kantor	Age
Januari	1003	3009	2032	6094	507	1524
Februari	957	2872	1978	5935	494	1484
Maret	955	2866	7944	23833	1986	5958
April	1050	3152	1999	5995	499	1499
Mei	976	2929	1820	5461	455	1365
Juni	643	1930	1631	4894	408	1223
Juli	955	2866	1998	5992	499	1498
Agustus	730	2189	1650	4951	412	1238

<b>September</b>	781	2344	1650	4952	413	1238
<b>Oktober</b>	586	1760	1450	4351	362	1088
<b>November</b>	680	2041	1500	4501	375	1125
<b>Desember</b>	664	1992	1461	4384	365	1096

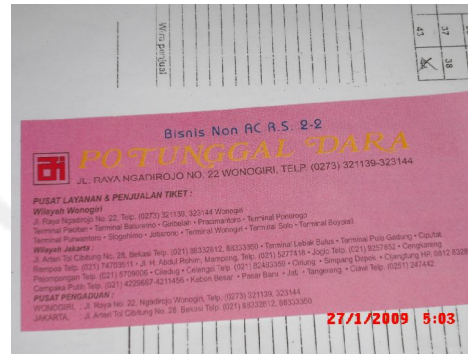
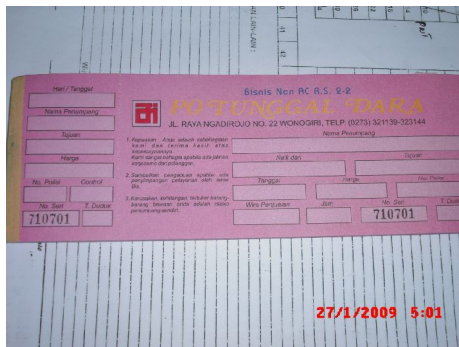


## HARGA TIKET PENUMPANG PT. TUNGGAL DARA INDONESIA

Tahun	Kelas Armada		
	Bisnis Non AC	Patas AC	Eksekutif
2006	Rp60,000.00	Rp60,000.00	Rp80,000.00
2007	Rp80,000.00	Rp80,000.00	Rp110,000.00
2008	Rp105,000.00	Rp105,000.00	Rp135,000.00



# GAMBAR TIKET PENUMPANG PT. TUNGGAL DARA INDONESIA



TIKET PENUMPANG BISNIS RS 2-2



TIKET PENUMPANG BISNIS AC



TIKET PENUMPANG EXECUTIVE