

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Prosedur Pendistribusian

2.1.1. Definisi Prosedur Pendistribusian

Menurut Hall (2001) Pendistribusian atau distribusi adalah kegiatan untuk mengirimkan produk ke pelanggan setelah penjualan. Dapat ditarik kesimpulan bahwa prosedur pendistribusian adalah suatu tahapan atau rangkaian aktivitas yang dilakukan secara berulang yang berhubungan dengan pemasaran produk. Mulai dari produk masih berada pada entitas yang memproduksi hingga produk tersebut dipasarkan. Dengan adanya prosedur dalam pendistribusian tersebut maka proses pemasaran akan berjalan dengan efektif dan tujuan dari perusahaan tercapai.

Menurut Subagyo, Nur, & Indra (2018) Distribusi merupakan pergerakan atau perpindahan barang atau jasa dari sumber sampai ke konsumen akhir, konsumen atau pengguna, melalui saluran distribusi (*distribution channel*), dan gerakan pembayaran dalam arah yang berlawanan, sampai ke produsen asli atau pemasok. Menurut Arif (2018) Distribusi dapat diartikan sebagai kegiatan pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian barang dan jasa dari produsen kepada konsumen, sehingga penggunaannya sesuai dengan yang diperlukan.

2.1.2. Tujuan Prosedur Pendistribusian

Tujuan penyaluran produk dari produsen ke konsumen yang dilakukan oleh lembaga pemasaran yaitu :

1. Menyalurkan produk dari produsen ke konsumen

Pendistribusian memiliki tujuan utama yaitu mengantarkan barang maupun jasa dari produsen ke konsumen.

2. Mempertahankan dan mengembangkan kualitas produksi

Proses pendistribusian memberikan produsen waktu untuk lebih fokus pada kegiatan produksi. Kegiatan pendistribusi yang dilakukan oleh distributor memberikan produsen kesempatan untuk mengembangkan kualitas produksinya.

3. Menjaga stabilitas perusahaan

Selain membuat fokus produsen atau perusahaan, aktivitas pendistribusian juga mampu mengembangkan saluran baru dan kesempatan bagi banyak orang. Sehingga perusahaan akan lebih banyak yang menopang dan lebih stabil.

4. Sebagai pemerataan perolehan produk di setiap wilayah

Semakin banyak distributor dari berbagai daerah maka akan semakin banyak pula konsumen yang memperoleh produk. Produk yang diperoleh juga dapat lebih mudah untuk tersebar di berbagai wilayah.

5. Peningkatan nilai barang dan jasa

Melalui kegiatan distribusi maka akan ada peningkatan nilai suatu produk. Sebagai contoh yang dilakukan pada komoditas cabai, Cabai yang dijual oleh petani di Kulonprogo Yogyakarta akan meningkat harganya saat dibawa pedagang ke Jakarta.

6. Supaya proses produksi merata

Kegiatan produksi dapat dilakukan secara merata bila proses pendistribusian berjalan baik. Distributor di setiap wilayah dapat mendorong kegiatan produksi di wilayah yang terdapat distributor.

7. Mempertahankan kontinuitas proses produksi

Adanya distributor aktif menandakan adanya permintaan dari produk. Berdasarkan hal ini maka kegiatan produksi akan terus berjalan selagi pasar masih ada

8. Menjaga stabilitas harga barang dan jasa

Melalui proses pendistribusian melalui distributor maka harga produk di pasaran akan stabil. Kestabilan harga mengikuti kondisi sesuai dengan permintaan pasar.

2.2. Saluran Distribusi

Kegiatan saluran distribusi menurut Suryanto (2016), secara tidak langsung telah ditemui dalam kehidupan sehari-hari. Produsen tidak mampu menyalurkan langsung kepada konsumen akhir. Ada beberapa faktor yang membatasi penyaluran secara langsung pada pendistribusian, yakni sebagai berikut :

a. *Geo Graphical Gap.*

Perbedaan jarak geografis yang disebabkan oleh perbedaan tempat produksi dengan konsumen yang tersebar luas. Semakin jauh jarak akan menimbulkan peranan mitra menjadi sangat penting dan menimbulkan nilai guna tempat.

b. *Time Gap*

Perbedaan jarak waktu yang disebabkan perbedaan waktu produksi dengan kebutuhan konsumsi dalam jumlah besar dan menimbulkan nilai guna waktu.

c. *Quantity Gap*

Perbedaan dalam jumlah produksi yang lebih besar akan lebih efisien biaya perunitnya dibandingkan produksi yang kecil, dan dapat terjadi *variety gap* dimana pihak produsen memproduksi suatu variasi produk

tertentu dalam jumlah besar tapi kenyataannya kebutuhan konsumen lebih kecil jumlahnya. *Quality Gap* dan *Variety Gap* ini menimbulkan *form utility*.

d. *Communication dan Information Gap*

Perbedaan komunikasi dan informasi yang berbeda dimana produsen tidak mengetahui produk yang dibutuhkan dan siapa konsumen potensialnya. Hal ini menimbulkan nilai guna milik.

2.3. Dokumen yang digunakan

Menurut Mulyadi (2010) dokumen yang digunakan dalam perhitungan fisik persediaan adalah :

a. Kartu perhitungan fisik

Dokumen ini digunakan untuk merekam hasil perhitungan fisik persediaan. Dalam perhitungan fisik persediaan, setiap persediaan dihitung dua kali secara independent oleh penghitung (*counter*) dan pengecek (*checker*). Kartu perhitungan fisik dibagi menjadi tiga bagian, yang tiap bagian dapat dipisahkan satu dengan lainnya dengan cara menyobeknya pada waktu proses, perhitungan fisik persediaan dilaksanakan. Bagian ke-3 kartu perhitungan fisik disediakan untuk merekam data hasil perhitungan pertama.

Bagian ke-2 kartu persediaan digunakan untuk merekam hasil perhitungan kedua (pengecek). Bagian pertama kartu tersebut digunakan untuk memberi tanda jenis persediaan persediaan yang telah dihitung

dengan cara menggantungkan bagian kartu tersebut pada tempat penyimpanan barang yang bersangkutan. Data yang direkam dalam bagian ke-2 kartu perhitungan fisik dicatat kedalam hasil perhitungan fisik setelah data dalam bagian ke-2 diperiksa oleh kecocokan dengan data yang tercatat dalam bagian ke-3.

b. Daftar hasil perhitungan fisik (*inventory summary sheet*).

Dokumen ini digunakan untuk meringkas data yang telah dikrekam dalam bagian ke-2 kartu persediaan fisik. Data yang disalin dari bagian ke-2 kartu persediaan fisik ke dalam daftar ini adalah nomor kartu perhitungan fisik, nomor kode persediaan, kuantitas, dan satuan. Dokumen ini di isi dengan harga pokok persatuan dan harga pokok total tiap jenis persediaan oleh bagian jartu persediaan berdasarkan data yang dicatat dalam kartu persediaan. Daftar hasil perhitungan fisik persediaan telah sesuai di proses kemudian ditandatangani oleh ketua panitia perhitungan fisik dan diotorisasi oleh rektur utama.

Daftar ini kemudian digunakan untuk meminta pertanggung jawaban dari bagian gudang mengenai pelaksanaan fungsi penyimpanan barang gudang dan pertanggungjawaban dari bagian kartu pesediaan mengenai keandalan penyelenggaraan catatan akuntansi persediaan. Berdasarkan informasi yang tercantum dalam kolom harga pokok total pada daftar hasil perhitungan fisik dilakukan *adjustment* terhadap data kuantitas dan saldo harga pokok yang dicatat dalam kartu persediaan yang bersangkutan.

c. Bukti Memorial.

Dokumen ini merupakan dokumen sumber yang digunakan untuk membukukan *adjustment* rekening persediaan sebagai akibat dari hasil perhitungan fisik ke dalam jurnal umum. Data yang digunakan sebagai dasar pembentukan bukti memorial ini adalah selisih jumlah kolom harga pokok total dalam daftar hasil perhitungan fisik dengan saldo harga pokok persediaan yang bersangkutan menurut kartu persediaan.

2.4. Catatan Akuntansi yang digunakan

Catatan akuntansi yang digunakan dalam sistem perhitungan fisik persediaan menurut Mulyadi (2010) adalah :

a. Kartu Persediaan

Catatan akuntansi ini digunakan untuk mencatat kuantitas dan harga pokok barang yang disimpan di gudang yang tercantum dalam kartu persediaan oleh bagian kartu persediaan, berdasarkan hasil perhitungan fisik persediaan

b. Kartu Gudang

Kartu gudang ini berfungsi sebagai identitas barang yang disimpan, untuk memudahkan pencarian barang dan sekaligus untuk mencatat mutasi kuantitas barang yang tercantum dalam kartu gudang yang diselenggarakan oleh bagian gudang, berdasarkan hasil perhitungan fisik persediaan.

c. Jurnal Umum

Dalam sistem perhitungan fisik persediaan jurnal umum digunakan untuk mencatat jurnal *adjustment* rekening persediaan karena adanya perbedaan antara saldo yang dicatat dalam rekening persediaan dengan saldo menurut perhitungan fisik

2.5. Proses Pendistribusian

Menurut Romney & Steinbart (2005) sebelum pengiriman barang, Departemen pengiriman membandingkan perhitungan fisik persediaan dengan jumlah yang ditunjukkan dalam kartu pengambilan barang dan dengan jumlah yang ditunjukkan dalam salinan pesanan penjualan yang dikirim secara langsung ke bagian pengiriman dari entri pesanan penjualan. Setelah staf administrasi bagian pengiriman menghitung barang yang dikirim dari gudang, jumlah pesanan penjualan, nomor barang, dan jumlah barang akan dimasukkan dengan menggunakan terminal *on-line*. Proses ini menghasilkan slip pengepakan dan beberapa rangkap dokumen pengiriman.

Slip pengepakan mendaftarkan jumlah dan keterangan setiap barang yang dimasukkan dalam pengiriman tersebut. Dokumen pengiriman adalah kontak legal yang menyebutkan tanggung jawab atas barang yang dikirim. Dokumen ini mengidentifikasi kurir, sumber, tujuan, dan intruksi pengiriman lainnya, serta menunjukkan siapa pelanggan yang harus membayar kurir tersebut. Sebuah Salinan dokumen pengiriman dan slip pengepakan akan menyertai pengiriman tersebut. Departemen pengiriman akan menyimpan Salinan kedua dokumen pengiriman untuk melacak dan mengkonfirmasi pengiriman barang ke kurir

tersebut. Salinan lainnya dikirim ke departemen penagihan untuk menunjukkan bahwa barang tersebut telah dikirim dan bahwa faktur penjualan harus dibuat serta dikirim. Kurir tersebut juga menahan satu salinan dokumen pengiriman untuk catatan mereka.

2.6. Pelaku Kegiatan Distribusi

Menurut Yusuf (2018) pada jurnal manajemen. Kegiatan pendistribusian tidak akan berlangsung dengan baik tanpa adanya pelaku di dalamnya. Terdapat beberapa aktor dalam aktivitas pendistribusian yang perlu dipahami. Diantaranya adalah :

a. Pedagang

Pedagang ialah pemain distributor yang membeli produk dari produsen atas kemauan sendiri. Produk tersebut kemudian dijual kembali ke pedagang lain atau konsumen akhir. Terdapat dua macam pedagang yaitu pedagang besar dan kecil. Pedagang besar biasa disebut pengepul. Pedagang kecil disebut pengecer.

b. Agen

Lembaga pemasaran yang diakui oleh produsen atau perusahaan untuk mendistribusikan produk ke konsumen. Lembaga ini biasanya memiliki izin atas nama perusahaan produsen. Secara resmi agen adalah lembaga distributor resmi dari suatu perusahaan produsen.

c. Makelar

Makelar adalah suatu lembaga pemasaran yang menjual produk dengan menggunakan nama lain.

d. Eksportir

Sekelompok orang atau lembaga yang membeli produk dari dalam negeri kemudian melakukan penjualan ke luar negeri.

e. Komisioner

Distributor yang bertugas seperti makelar namun melaksanakan transaksi jual beli menggunakan nama sendiri. Dalam hal ini komisioner bertanggung jawab pula dalam aktivitasnya. Adapun komisi merupakan imbalan dari hasil kinerja komisioner.

2.7. Jenis-Jenis Distribusi

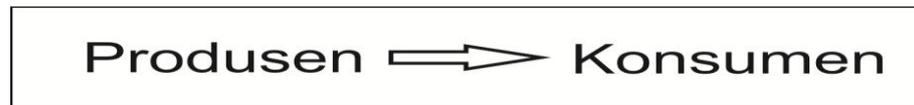
Berdasarkan hubungan antara produsen dan konsumen, jenis distribusi dibagi menjadi 3, yaitu :

1. Distribusi Langsung (Jangka Pendek)

Distribusi langsung adalah metode distribusi ataupun aktivitas penyaluran barang yang tidak menggunakan saluran distribusi. Para ahli juga mendiskripsikan distribusi langsung yaitu penyaluran atau penjualan barang yang dilakukan secara langsung oleh produsen kepada konsumen. Barang tersebut bisa diproduksi oleh produsen dan dijual secara langsung ke pelanggan tanpa perantara.

Contoh : distribusi hasil agraria oleh orang tani ke pasar langsung

Berikut terlihat pada gambar 2.1. skema distribusi langsung



Sumber: www.artikelsiana.com

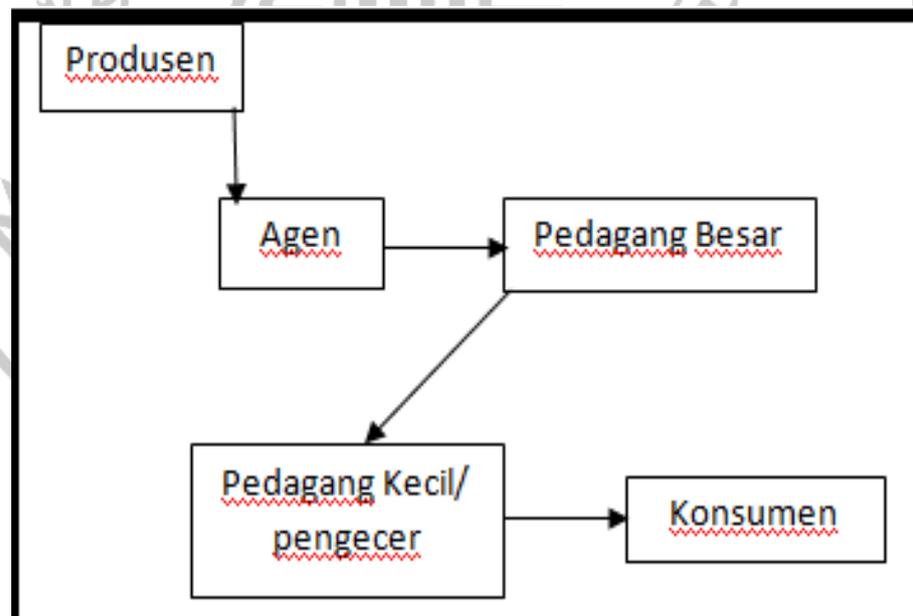
Gambar 2. 1
Skema Distribusi Langsung

2. Distribusi Tidak Langsung (Jangka Panjang)

Distribusi tidak langsung adalah aktivitas menyalurkan barang dan jasa dari produsen melewati pihak-pihak lain atau badan penghubung seperti agen, broker, kios, atau penjual asongan.

Contoh : PT. Pertamina menjual bensin kepada para konsumennya melalui SPBU

Berikut adalah gambar 2.2. dibawah ini skema distribusi tidak langsung.



Sumber: www.artikelsiana.com

Gambar 2. 2
Skema Distribusi Tidak Langsung

3. Distribusi Semi Langsung

Distribusi semi langsung adalah penyampaian barang dari produsen kepada pelanggan dengan penghubung, tapi penghubung masih milik produsen sendiri. Distribusi semi langsung ini menggunakan tenaga agen yang ahli di dalam bidang tertentu karena barang-barang yang didistribusikan juga membutuhkan penanganan tertentu. Sistem distribusi ini digunakan untuk mendistribusi barang-barang yang mahal, berkualitas tinggi.

Contoh : Pabrik tekstil yang menyalurkan kainnya melalui *conventer*

Berikut adalah gambar skema distribusi semi langsung. Terlihat skema distribusi semi langsung pada gambar 2.3. dibawah ini.



Sumber: www.artikelsiana.com

Gambar 2. 3
Skema Distribusi Semi Langsung

2.8. Faktor yang Mempengaruhi Kegiatan Distribusi

Berjalannya pelaksanaan pemindahan produk dari produsen ke konsumen disesuaikan dengan kondisi. Kondisi tersebut dipengaruhi oleh berbagai faktor. Faktor-faktor yang mempengaruhi perpindahan produk dari produsen ke konsumen yaitu :

1. Jumlah Produk

Kuantitas produk yang dihasilkan akan berpengaruh pada proses pendistribusian. Semakin banyak produknya maka akan semakin lama waktu yang diperlukan untuk mendistribusikan. Begitupula sebaliknya.

2. Sifat Produksi

Dalam produk ada sifat produk yang tahan lama dan cepat rusak. Produk yang cepat rusak seperti hasil pertanian maka memerlukan waktu penyaluran yang cepat.

3. Sasaran Prasarana dan Komunikasi

Ketersediaan sarana prasarana khususnya transportasi yang baik akan meningkatkan aktivitas pendistribusian. Termasuk juga bila ada komunikasi yang berkesinambungan.

4. Luas Daerah

Persebaran target konsumen menyebabkan proses pendistribusian yang panjang. Sebaliknya, apabila konsumen berada di lokasi yang berdekatan maka waktu transfer akan relatif singkat

5. Faktor Biaya

Distribusi merupakan aktivitas yang memerlukan biaya besar. Biaya tersebut meliputi sarana angkutan, biaya perjalanan dan pajak angkutan. Apabila tersedia biaya yang mencukupi maka proses akan semakin berjalan lancar.

6. Faktor Pasar

Apabila pasar menunjukkan trend positif terhadap produk maka meningkatkan aktivitas pendistribusian.

7. Pola pembelian

Laporan pembelian dan *feedback* dari distributor akan menjadi pertimbangan keberlanjutan proses pendistribusian.

8. Faktor produse/perusahaan

Produsen harus memperhatikan permintaan konsumen akan suatu produk. Sehingga, mengetahui benar sifat dari produk tersebut.

2.9. Fungsi Pendistribusian

Pendistribusian memiliki fungsi yang terbagi menjadi dua, sebagai berikut :

1. Fungsi pendistribusian pokok

Fungsi distribusi pokok adalah tugas-tugas yang harus dilaksanakan. Dalam

hal ini fungsi pokok pendistribusian meliputi :

- a. Pengangkutan (Transportasi)
- b. Penjualan (*Selling*)
- c. Pembelian (*Buying*)

- d. Penyimpanan (*Storing*)
 - e. Pembekuan standar kualitas barang
 - f. Penanggung resiko
2. Fungsi Tambahan

Distribusi memiliki fungsi tambahan yang hanya diberlakukan pada saat pendistribusian barang-barang tertentu. Fungsi dari distribusi tambahan tersebut diantaranya adalah sebagai berikut :

a. Menyeleksi barang

Penyeleksian barang merupakan kegiatan yang diperlukan untuk distribusi hasil barang jadi yang diproduksi atau dikumpulkan dari beberapa pengusaha.

b. Mengepak / Mengemas

Pengepakan barang ini bertujuan untuk menghindari adanya suatu kerusakan atau hilang dalam pendistribusian maka barang harus dikemas dengan baik.

c. Memberi informasi

Kegiatan ini berguna untuk memberi kepuasan yang maksimal kepada konsumen, produsen harus memberi informasi secukupnya kepada perwakilan daerah atau kepada konsumen yang dianggap perlu informasi, informasi yang paling tepat bisa melalui iklan.