

Pengaruh Biaya Distribusi Dalam Usaha Meningkatkan Volume Penjualan Di Bayu Asri Mesari Grosir

Putu Diah Asrida

Prodi Pendidikan Ekonomi FPIPS IKIP PGRI Bali

pdiahasrida13@gmail.com

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara biaya distribusi terhadap volume penjualan dalam usaha meningkatkan volume penjualan di Bayu Asri Mesari Grosir. Penelitian ini merupakan jenis penelitian asosiatif kasual dengan pendekatan kuantitatif. Tempat dilakukan penelitian ini adalah Bayu Asri Mesari 2012 sampai 2014 pada Bayu Asri Mesari Grosir. Sampel penelitian ini menggunakan seluruh populasi yaitu sejumlah 36 periode penjualan. Alat pengumpulan data menggunakan teknik studi dokumentasi, selanjutnya data yang telah dikumpulkan dianalisa menggunakan analisis korelasi *product moment* untuk mengetahui hubungan derajat variabel bebas dengan variabel terikat, analisis regresi linear sederhana di gunakan untuk melakukan prediksi seberapa tinggi nilai variabel terikat dirubah bila nilai variabel bebas dimanupulasi (dirubah-rubah) dengan menggunakan uji t untuk menentukan hasil yang signifikan, dan uji koefisien determinasi (R^2) untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat.

Hasil uji regresi sederhana menunjukkan nilai .sig sebesar 0,000 atau dibawah 0,05 ($0,000 < 0,05$). Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa terdapat penolakan H_0 dan penerimaan H_a , dimana H_a : terdapat pengaruh antara biaya distribusi dan volume penjualan pada Bayu Asri Mesari Grosir. Selain itu Sesuai hasil perhitungan uji determinasi diperoleh nilai koefisien korelasi adjusted (R^2) sebesar 0,235. Hal ini menunjukkan bahwa 23.5% dari volume penjualan disebabkan oleh promosi, sedangkan sisa 76.5% dari volume penjualan disebabkan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil uji-t diatas, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara biaya distribusi (X) terhadap volume penjualan (Y)

Kata Kunci : *Biaya Distribusi, Volume Penjualan, Toko Grosir*

PENDAHULUAN

Usaha dagang adalah usaha kegiatannya melakukan transaksi pembelian barang dengan kemudian untuk dijual kembali tanpa mengubah bentuknya. Kegiatan usaha dagang adalah menyuplai barang langsung dari distributor pusat. Untuk mencapai tujuan tersebut tidak terlepas dari pengaruh biaya. Dalam buku Akuntansi Biaya dikemukakan bahwa, "Biaya adalah pengorbanan sumber ekonomis yang diukur dalam satuan uang yang terjadi, sedang terjadi atau kemungkinan terjadi untuk tujuan tertentu" (Mulyadi, 2007:8). Perusahaan dalam melaksanakan aktivitas yang dilakukan untuk menghasilkan suatu produk tertentu diperlukan pengorbanan biaya.

Agar tujuan perusahaan dapat tercapai diperlukan strategi pemasaran yang efektif umumnya dilihat sebagai tugas menciptakan, mempromosikan serta menyerahkan barang dan jasa kepada konsumen. Pemasaran merupakan inti dari seluruh aktivitas bisnis, karena pemasaran merupakan penghubung antara perusahaan dan konsumen. Pemasaran produk dipengaruhi oleh variabel distribusi. Distribusi untuk memasarkan

produk ketempat konsumen itu berada sehingga konsumen tidak memikirkan masalah pengangkutan barang yang dibeli." Distribusi adalah saluran yang digunakan oleh produsen untuk menyalurkan barang tersebut dari produsen sampai ke konsumen atau pemakai industri" Swastha (2000).

Kegiatan Distribusi merupakan penghubung antara kegiatan produksi dengan kegiatan konsumsi. Tujuan distribusi adalah menyalurkan barang produksi kepada konsumen secara langsung maupun tidak langsung. Kegiatan distribusi ini juga dapat mempermudah konsumen untuk membawa pulang barang yang telah dibeli karena perusahaan telah memfasilitasi pengantaran barang tersebut. Hal ini dilakukan oleh perusahaan untuk kepuasan konsumennya. Kegiatan distribusi yang dilakukan suatu perusahaan akan menimbulkan biaya, biaya tersebut disebut Biaya Distribusi. Biaya Distribusi yang dikeluarkan diharapkan dapat meningkatkan Volume Penjualan.

Salah satu cabang dari Bayu Asri Mesari Grosir adalah di Kota Denpasar yang terletak pada Jl. Palapa Raya No. 22 Denpasar. Bayu Asri Mesari menjual beragam macam

kebutuhan pokok seperti beras, gula, telur, dan masih banyak lainnya. Dalam skala penjualan Bayu Asri Mesari menjual barang-barang kepada konsumen rumah tangga. Bayu Asri Mesari mendapatkan suplai barang langsung dari distributor pusat di Bali untuk sebuah produk berskala nasional seperti mie instan maupun bahan perasa makanan.

Kegiatan penjualan dari Bayu Asri Mesari termasuk tinggi dengan tingkat margin yang sehat, namun dengan semakin tingginya kompetisi di bidang usaha dagang, Bayu Asri Mesari memerlukan efisiensi dalam operasional biaya distribusi. Menurut data yang dihimpun volume penjualan pada Bayu Asri Mesari bervariasi, dimana biaya distribusi yang dikeluarkan bervariasi..

Berdasarkan data terlihat bahwa peningkatan volume penjualan diikuti dengan peningkatan terhadap biaya distribusi. Hal tersebut menyebabkan permasalahan biaya distribusi terhadap volume penjualan. Jika biaya distribusi terlalu tinggi maka akan mengorbankan biaya lainnya seperti biaya perawatan hingga memangkas laba bersih yang diterima pada tahun 2012 total penjualan pada Bayu Asri Mesari

Grosir sebesar Rp 2,238,330,816. Penjualan tersebut didukung oleh biaya distribusi sebesar Rp. 88.250.000. Pada tahun berikutnya di tahun 2013 terdapat peningkatan penjualan yang dilakukan juga dengan peningkatan distribusi, dimana dapat dilihat dalam tabel 2. Pada tabel 2 diatas, peningkatan terjadi dari penjualan sebesar Rp 2,238,330,816 pada tahun 2013 menjadi sebesar Rp 4,346,259,547 pada tahun 2013. Namun biaya distribusi juga meningkat dari sebelumnya sebesar Rp. 88,250,000 pada tahun 2013 menjadi sebesar Rp. 91,350,000. Pada tahun 2014 pihak Bayu Asri Mesari Grosir melakukan efisiensi di bidang distribusi dengan mengurangi biaya distribusi. Dapat dilihat pada tabel 3, pengurangan biaya distribusi juga menurunkan total penjualan dari Bayu Asri Mesari Grosir. Pada tahun 2013 penjualan sebesar Rp 4,346,259,547, namun berkurang menjadi sebesar Rp 3,603,412,903 pada tahun 2014. Hal tersebut menyebabkan permasalahan antara biaya distribusi memunculkan terhadap volume penjualan. Jika biaya distribusi terlalu tinggi maka akan mengorbankan biaya lainnya seperti biaya perawatan hingga memangkas laba bersih yang diterima. Berdasarkan penjelasan diatas, maka

penulis tertarik untuk membahas mengenai “Pengaruh Biaya Distribusi Dalam Usaha Meningkatkan Volume Penjualan Di Bayu Asri Mesari Grosir”.

Dari uraian latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan masalah yang terdapat dalam penelitian ini, yaitu: “Apakah terdapat pengaruh antara biaya distribusi terhadap usaha meningkatkan volume penjualan di Bayu Asri Mesari Grosir?”

METODE PENELITIAN

Penelitian ini termasuk penelitian asosiatif kausal. Menurut Sugiyono (2012:31), “Penelitian asosiatif kausal yaitu penelitian dengan mencari hubungan keterkaitan sebab akibat satu variabel dengan variabel lain”. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang merupakan penekanan pada pengujian teori melalui pengukuran variabel penelitian dengan angka dan melakukan analisis data dengan prosedur statistik. Adapun variabel yang dianalisis ialah pengaruh Biaya Distribusi (X) terhadap Volume Penjualan (Y) di Bayu Asri Mesari Grosir.

Menurut Sugiyono (2012:34) Populasi adalah merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek/subyek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Itulah definisi populasi dalam penelitian. Populasi untuk penelitian ini adalah seluruh kegiatan penjualan per periode sebanyak 36 periode penjualan pada Bayu Asri Mesari Grosir. Karena besarnya populasi sebanyak 36 sampel yang di ambil dari laporan keuangan tiap bulannya yang dimulai dari bulan Januari 2012 sampai dengan bulan Desember 2014, maka metode penentuansampel ini adalah menggunakan metode sensus. Menurut Sugiyono (2012:192) “metode sensus adalah metode dimana seluruh populasi menjadi sampel dari penelitian.” Teknik yang digunakan adalah analisis deskriptif dan persyaratan analisis menggunakan uji normalitas dan linieritas. Untuk pengujian hipotesis menggunakan analisis korelasi product moment dan analisis regresi linier sederhana, uji-t dan uji koefisien determinasi.

HASIL PENELITIAN

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.8977	2.0057		2.942	.005
	distribusi _X	114.329	9.225	.877	12.393	.000

a. Dependent Variable: Penjualan_Y

Berdasarkan pengolahan data SPSS dihasilkan korelasi antara biaya distribusi terhadap volume penjualan adalah sebesar 0.887. Hal tersebut menyatakan bahwa terjadi korelasi yang kuat antara biaya distribusi (X) terhadap volume penjualan (Y). Hal tersebut ditunjang dengan nilai signifikansi yang dibawah 0.05, dimana pada hasil diatas pada Sig. (2-tailed) sebesar 0.01 ($0.01 < 0.05$). Setelah uji korelasi, uji regresi linear diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$Y = 5.8977 + (114.329 X_1)$$

Persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan dimana artinya apabila biaya distribusi ditingkatkan sebanyak 1 poin, maka volume penjualan akan meningkat sebesar 114.329. Berdasarkan hasil rekapitulasi data tersebut menunjukkan nilai signifikan t sebesar 0,000 atau dibawah 0,05 ($0,000 < 0,05$). Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa penolakan H_0 dan penerimaan H_a . Untuk pengujian hipotesis, nilai t dalam hasil oleh SPSS adalah 12.393. Apabila nilai t hitung variabel tersebut lebih besar dari t tabel maka disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara biaya distribusi (X) terhadap volume penjualan

(Y). Nilai t-tabel untuk 36 sampel dengan signifikansi 5% adalah sebesar 0.67964. Maka berdasarkan nilai t-hitung sebesar 12.393, maka $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ ($12.393 > 0.67964$). Berdasarkan hasil uji-t tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara biaya distribusi (X) terhadap volume penjualan (Y). Dari seluruh hasil uji yang telah dilakukan, maka hipotesis alternatif yaitu H_a : terdapat pengaruh biaya distribusi (X) terhadap volume penjualan (Y) diterima. Berdasarkan penerimaan hipotesis tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif antara biaya distribusi terhadap usaha meningkatkan volume penjualan di Bayu Asri Mesari Grosir.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat disimpulkan sebagai berikut bahwa terdapat pengaruh positif antara distribusi terhadap usaha meningkatkan volume penjualan di Bayu Asri Mesari Grosir. Pengaruh tersebut bersifat signifikan yang berarti perubahan dari biaya distribusi akan merubah nilai dari volume penjualan secara signifikan.

Hal tersebut dibuktikan melalui uji korelasi dengan hasil sebesar 0.887. Hal tersebut menyatakan bahwa terjadi korelasi yang kuat antara biaya distribusi (X) terhadap volume penjualan (Y). Selain itu Sesuai hasil perhitungan uji determinasi diperoleh nilai koefisien korelasi adjusted (R^2) sebesar 0,765. Hal ini menunjukkan bahwa 23.5% dari volume penjualan disebabkan oleh distribusi, sedangkan sisa 76.5% dari volume penjualan disebabkan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Assegaf Pasibuan, 2007, *Kamus Penjualan Produk Perusahaan*, CV. Indra Jaya : Jogjakarta
- Basu Swastha, 2014, *Pengantar Ilmu Penjualan Modern*, CV. Ganesha Cakra : Bandung
- Basuki Rahmat, 2011, *Bauran Promosi Modern*. Intan Puitis Publishing : Surabaya.
- Boyd, 2010, *Kiat Promosi Era Digitalisasi*. PT. Gramedia : Jakarta.
- Danang Sunnyoto, 2016, *Etika Bisnis*, PT. Buku Seru : Jakarta.
- Deavy Yulitasari, 2014, *Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan Pada Yamaha*
- Sudirman Motor Temanggung*.
Jurnal Ekonomi : Yogyakarta
- Dharmamesta, 2006, *Marketing Mix Untuk Segmentasi Pasar*, CV. Ilmu Angkasa : Jakarta.
- Djaslim Saladin, 2010, *Strategi Penjualan Melalui Beragam Media Promosi*, PT. Elex Media : Jakarta.
- Kadek Ary Darmiwati, 2012, *Pengaruh Biaya Promosi dan Pelayanan Terhadap Jumlah Wisatawan Yang Menggunakan Jasa PT. Bhuana Sejahtera Tours and Travel Di Denpasar*, Jurnal Ekonomi : Denpasar
- Kurtz Kobain, 2012, *Intelegensi Dalam Pengambilan Keputusan Pemasaran Produk*. PT. Gramedia : Jakarta.
- Kusnadi Purwo, 2003, *Strategi Penjualan Era Milenium*. CV. Alfabeta : Bandung
- Moekijat, 2000, *Pemusatan Rencana Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan*. CV. Ilmu Sinar : Semarang.
- Pande Putu Eka Wiryani, 2012, *Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan Pada Percetakan UD. Dwi Astri Denpasar*, Jurnal Ekonomi : Denpasar
- Ronny Anggara, 2011, *Tips Penjualan Digital Untuk Produk Masal*. PT. Elex Media : Jakarta.
- Schram Tony, 2009, *Persiapan Pers Conference dan*

- Media Pendukungnya*. PT. Tirta Saraswati : Surabaya.
- Sugiyono, 2012, *Metode Penelitian*, PT. Alfabeta : Bandung
- Susanto Budidharmo, 2012, *Pengantar Ilmu Pemasaran dan Penjualan*. CV. Ananta Publish : Bandung.
- Swasta Adikarya, 2003, *Kiat Menjadi Penjual Sukses*. CV. Inti Media : Yogyakarta.
- Syaiful Samsudin, 2010, *Adaptasi Media Dalam Perkembangan Era Digital*. PT. Elex Media : Jakarta.
- [www.wikipedia.com/grosir/United Nation Statistic Division](http://www.wikipedia.com/grosir/United-Nation-Statistic-Division). diakses 10 Oktober 2016
- www.detik.com/98933/media, diakses 10 Oktober 2016
- <http://www.kompasiana.com/lesamutiara/media-komunikasi>, diakses 10 Oktober 2016