

ANALISIS EFISIENSI PERENCANAAN BIAYA
DISTRIBUSI TERHADAP ANGGARAN PENJUALAN
PADA PT. DHARMA MULIA KENCONO
CABANG JEMBER

SKRIPSI



Milik UPT Perpustakaan
UNIVERSITAS JEMBER

Ditajukan sebagai salah satu syarat guna memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi
Universitas Jember

Oleh	Asal	Hadiah	Klass
		Pembelian	658.81
	Terima	:Tgl. 27 FEB 2003	ENI
	No.Induk:	SRS	a
			e.1

Eni Nurdiana

NIM. 980810201078

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER

2003

JUDUL SKRIPSI

ANALISIS EFISIENSI PERENCANAAN BIAYA
DISTRIBUSI BERDASARKAN ANGGARAN PENJUALAN
PADA PT. DHARMA MULIA KENCONO
CABANG JEMBER

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama **EANI NURDIANA**

N. I. M. **:980810201078**

Jurusan **: MANAJEMEN**

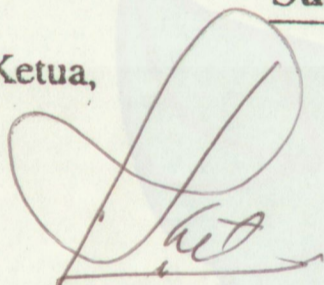
telah dipertahankan di depan Panitia Penguji pada tanggal :

24 DESEMBER 2002

dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar **S a r j a n a** dalam Ilmu Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Susunan Panitia Penguji

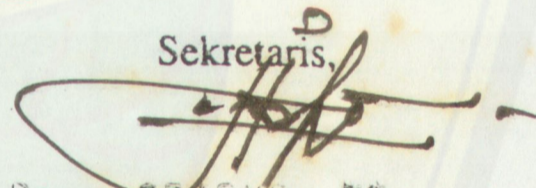
Ketua,



Dr. Hj. SUMARTINI SUGJAK

NIP. 130 368 797

Sekretaris,



Dr. SRIYONO, MM

NIP. 131 624 476

Anggota,



Dr. IKM DWIPAYANA MS

NIP. 130 781 341



Mengetahui/Menyetujui

Universitas Jember

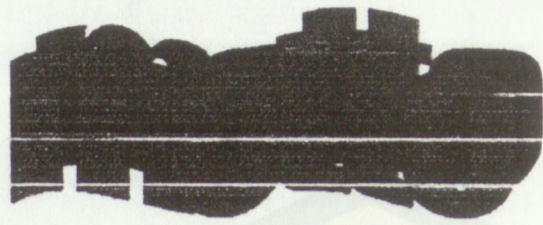
Fakultas Ekonomi

Dekan,



Dr. H. LIANIP, S.S.

NIP. 130 531 976



- * *Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan dan disamping kesulitan ada kelonggaran. Karena itu bila engkau telah selesai dari satu pekerjaan maka kerjakan pulalah urusan yang lain. (Alam Nasyrak : 5-7)*

- * *Hidup yang sebenarnya adalah berjuang untuk hidup dan bersiap untuk mati. (Adinda A. Saraswati)*

- * *Hargailah orang lain sebagaimana menghargai diri sendiri. (Penulis)*

Kupersembahkan karya sederhana ini untuk :

- ☉ Almarhum bapak yang akan kukenang selamanya
- ☉ Ibuku yang selalu memberikan cinta, kasih sayang, perhatian dan doa yang tak pernah luruh kau panjatkan untukku
- ☉ Adikku Prapto, Susi, Ninik, Rina dan Lisa yang selalu memberi keceriaan bagiku
- ☉ Anugerah terindah yang pernah kumiliki.


ABSTRAKSI

“Analisis Efisiensi Perencanaan Biaya Distribusi Terhadap Anggaran Penjualan Pada Perwakilan PT. Dharma Mulia Kencono Cabang Jember,” Eni Nurdiana, Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Penelitian ini bertujuan (1) Menentukan perkiraan anggaran penjualan tahun 2002 semester 2, (2) Menentukan perencanaan biaya distribusi tahun 2002 semester 2, (3) Mengukur tingkat efisiensi dari perencanaan biaya distribusi.

Penelitian ini dilakukan di PT. Mandradhana Mukti cabang Jember pada awal juli 2002 sampai pertengahan agustus 2002.

Data utama yang digunakan pada penelitian ini adalah data sekunder. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah dokumentasi dan studi literatur.

Penelitian ini menggunakan metode analisis *trend linier least square* dan metode analisis *geometric mean*. Analisis *trend linier least square* digunakan untuk memperkirakan penjualan pada tahun 2002 semester 2, sedangkan metode analisis *geometric mean* digunakan untuk menentukan besarnya biaya distribusi pada tahun 2002 semester 2.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa anggaran penjualan untuk teh botol Sosro tahun 2002 semester 2 adalah sebesar Rp.812.630.027,00 dengan unit penjualan sebesar 47.802 krat dan harga jual Rp.17.000,00. Perencanaan biaya distribusi tahun 2002 semester 2 menunjukkan bahwa berdasarkan analisis kebijaksanaan perusahaan diperoleh perencanaan biaya distribusi sebesar Rp.108.079.794,00 dimana biaya penjualan sebesar Rp.82.075.633,00 serta biaya administrasi dan umum sebesar Rp.26.004.161,00. Sedangkan menurut analisis *geometric mean* diperoleh biaya distribusi sebesar Rp.106.232.385,00 dimana biaya penjualan sebesar Rp.81.177.659,00 serta biaya administrasi dan umum sebesar Rp.25.054.726,00. Berdasarkan kedua analisis tersebut diperoleh selisih biaya distribusi sebesar Rp.1.847.409,00. Perhitungan tingkat efisiensi perencanaan biaya distribusi tahun 2002 semester 2, menurut analisis kebijaksanaan perusahaan maupun analisis *geometric mean* berdasarkan tolak ukur rata-rata efisiensi biaya distribusi data historis sebesar 419,26%, keduanya

sama-sama efisien. Namun menurut analisis *geometric mean* dengan tingkat efisiensi 445,71% ternyata lebih efisien daripada tingkat efisiensi menurut kebijakan perusahaan sebesar 438,09%.



KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil'alamin, puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan karunia, rahmat, hidayah serta petunjuk-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul "Analisis Efisiensi Perencanaan Biaya Distribusi Terhadap Anggaran Penjualan Pada Perwakilan PT. Mandradhana Mukti Cabang Jember" dengan baik.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana Ekonomi pada program studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Jember. Menyadari betapa banyak bantuan, bimbingan dan dukungan berbagai pihak dalam penyusunan skripsi ini, maka penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada berbagai pihak sebagai berikut.

1. Prof. Dr. H. Kabul Santoso, MS selaku Rektor Universitas Jember.
2. Drs. H. Liakip, SU selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
3. Dra. Diah Yulisetyarini, Msi selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
4. Drs. IKM. Dwipayana, Ms selaku Dosen Pembimbing I atas segala ilmu, perhatian, semangat dan dorongan serta waktu yang telah diberikan dengan penuh ikhlas dalam membimbing penulis selama ini.
5. Moch. Dimyati, SE selaku Dosen Pembimbing II atas seluruh ilmu, kesabaran dan ketekunan, waktu serta perhatian yang telah diberikan selama membimbing tanpa mampu terbalas oleh penulis.
6. Seluruh Staff pengajar di lingkungan Fakultas Ekonomi Universitas Jember atas segala ilmu yang telah diberikan selama ini.
7. Seluruh staff dan karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Jember atas bantuan yang diberikan selama ini.
8. Bapak Imam, selaku unit manajer pada PT. Mandradhana Mukti cabang Jember, yang telah memberikan izin penelitian pada penulis.
9. Bapak Sulaiman, selaku bagian keuangan pada PT. Mandradhana Mukti cabang Jember atas bantuan yang diberikan selama ini.

9. Bapak Sulaiman, selaku bagian keuangan pada PT. Mandradhana Mukti cabang Jember atas bantuan yang diberikan selama ini.
10. Almarhum bapak yang akan kukenang selamanya
11. Ibuku tercinta yang selalu memberikan perhatian, kasih sayang yang tak terlukiskan serta semua doa yang tiada pernah luruh kau panjatkan untukku.
12. Adikku Prpto, Susi, Ninik, Rina dan Lisa tersayang, terima kasih atas doa, semangat, dan perhatian kalian semua.
13. Nenekku tersayang dan om Bagio yang selalu memberikan kasih sayang dan perhatian selama ini.
14. Teman, saudara dan sobatku senasib seperjuangan Tantri, Ari, Restu, Nita, Sebar, Isti, Fatiyah, kalian adalah yang terbaik. Terima kasih selama ini kalian banyak membantu dan mendorongku. Kalian akan selalu berada di hatiku.
15. Seluruh temen-teman Manajemen Genap'98 atas waktu dan kebersamaan yang telah terjalin menunjukkan arti persahabatan yang sesungguhnya;
16. Seluruh pihak yang telah membantu penulis selama penyusunan skripsi ini.

Besar harapan penulis bahwa karya tulis (skripsi) ini memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang terkait dan sebagai sumbangan pemikiran serta pertimbangan bagi pihak-pihak yang memerlukan.

Jember, Nopember 2002

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN MOTTO	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
HALAMAN ABSTRAKSI	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Pokok Permasalahan	2
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	3
1.3.1 Tujuan Penelitian	3
1.3.2 Kegunaan Penelitian	3
1.4 Kerangka Pemecahan Masalah	4
II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu	6
2.2 Landasan Teori.....	7
2.2.1 Karakteristik Biaya Distribusi	9
2.2.2 Pentingnya Analisis Perencanaan Biaya Distribusi.....	10
2.2.3 Macam-macam Analisis Biaya Distribusi.....	11
2.2.4 Pengertian Anggaran Penjualan Sebagai Alat Perencanaan.....	14
2.2.5 Hubungan Antara Anggaran Penjualan Dengan Biaya Distribusi.....	14
2.2.6 Analisis Biaya Distribusi.....	15

III. METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian.....	17
3.2 Obyek Penelitian.....	17
3.3 Prosedur Pengumpulan Data.....	17
3.3.1 Jenis dan Sumber Data.....	17
3.3.2 Metode Pengumpulan Data	17
3.4 Devinisi Operasional Variabel.....	18
3.5 Devinisi Identifikasi Variabel.....	18
3.6 Metode analisis Data.....	19
3.7 Batasan masalah.....	20

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	21
4.1.1 Sejarah Singkat Berdirinya Perusahaan	21
4.1.2 Struktur Organisasi Perusahaan.....	23
4.1.3 Aspek Tenaga Kerja.....	26
4.1.3.1 Hari dan Jam Kerja.....	26
4.1.3.2 Sistem Pemberian Gaji dan Upah.....	27
4.1.4 Daerah Pendistribusian.....	27
4.1.5 Saluran Distribusi.....	27
4.1.6 Perkembangan Volume Penjualan.....	28
4.1.7 Perkembangan Harga Jual.....	29
4.1.8 Perkembangan Harga Pokok Penjualan.....	29
4.2 Analisis Data	29
4.2.1 Perkiraan Anggaran Penjualan	29
4.2.2 Perhitungan Perencanaan Biaya Distribusi.....	31
4.2.3 Pengalokasian Biaya Tak Langsung ke Biaya Langsung	33
4.2.4 Perencanaan Biaya Distribusi Menurut Analisis <i>geometric mean</i>	34

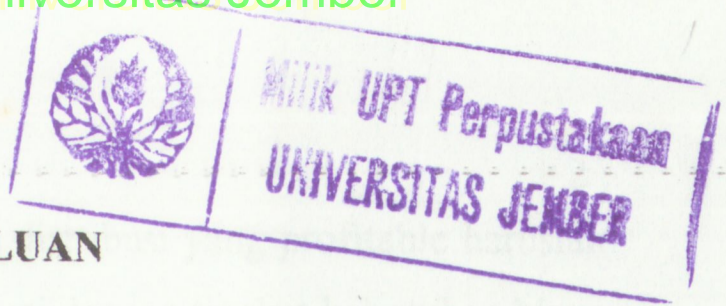
4.2.5 Perencanaan Biaya Distribusi Menurut Kebijakan Perusahaan.....	35
4.2.6 Menentukan Tingkat Efisiensi Biaya.....	36
4.2.7 Komparasi Perencanaan Biaya Distribusi Berdasarkan Anggaran Penjualan Menurut Analisis Kebijakan Perusahaan Dengan Analisis <i>Geometric Mean</i>	38
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian.....	39
5. SIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Simpulan	41
5.2 Saran	42

DAFTAR TABEL
DAFTAR GAMBAR

Tabel 4.1	Perkembangan Volume Penjualan Teh Botol Sosro Tahun 1999 s/d 2002 Semester 2	28
Gambar 1.1	Kerangka Pemecahan Masalah	4
Gambar 4.1	Struktur organisasi PT. Manndradhana Mukti	24
Gambar 4.2	Saluran distribusi	28
Tabel 4.4	Perencanaan Anggaran penjualan Teh Botol Sosro Cabang Jember Tahun 2002 Semester 2	30
Tabel 4.5	Tingkat Penjualan Teh Botol Sosro Cabang Jember	31
Tabel 4.6	Pencelompokan Biaya Distribusi dan Alokasi Biaya-biaya Fungsi Distribusi Cabang Jember Tahun Anggaran Biaya 1999 s/d 2002 Semester 1	32
Tabel 4.7	Alokasi Biaya-biaya yang Bersangkutan Pada Fungsi Fungsi Fungsi Fungsi Distribusi Cabang Jember Tahun 1999 s/d 2002 Semester 1	33
Tabel 4.8	Biaya Distribusi Masing-masing Fungsi Distribusi Cabang Jember Semester 1 Tahun 2002	34
Tabel 4.9	Biaya Distribusi Masing-masing Fungsi Distribusi	34
Tabel 4.10	Perencanaan Biaya Distribusi Teh Botol Sosro Cabang Jember Berdasarkan Alokasi Anggaran Mean Anggaran Biaya Distribusi semester 2 Tahun 2002	35
Tabel 4.11	Perhitungan Perencanaan Biaya Distribusi Teh Botol Sosro Cabang Jember Menurut Kebijakan Perusahaan Anggaran Biaya Distribusi Tahun 2002 Semester 2	36
Tabel 4.12	Perhitungan Tingkat Efisiensi Biaya Distribusi Teh Botol Sosro Cabang Jember Tahun 1999 s/d 2002 Semester 1	37
Tabel 4.13	Tingkat Efisiensi Biaya Distribusi Teh Botol Sosro rata-rata Semester 2 Tahun 2002	37
Tabel 4.14	Komparasi Perencanaan biaya Distribusi Teh Botol Sosro Menurut Kebijakan Perusahaan dan Analisis <i>Gaussian Mean</i> semester 2 Tahun 2002	39
Tabel 4.15	Komparasi Tingkat Efisiensi Biaya Distribusi	39

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Jumlah Karyawan Masing-masing Fungsi Distribusi.....	44
Lampiran 2	Perhitungan Pengalokasian Gaji Unit Manajer dan Tunjangan Penjualan ke Masing-masing Fungsi Distribusi.....	45
Lampiran 3	Perhitungan Biaya Distribusi Teh Botol Sosro Cabang Jember Untuk Fungsi Penjualan Tahun 1999 s/d semester 2 tahun 2002.....	47
Lampiran 4	Perhitungan Biaya Distribusi Teh Botol Sosro Cabang jember Untuk Fungsi Administrasi dan umum Tahun 1999 s/d semester 2 tahun 2002.....	48
Lampiran 5	Perhitungan Biaya Distribusi Teh Botol Sosro Cabang jember Tahun 1999 s/d semester 2 Tahun 2002.....	49
Lampiran 6	Perhitungan Biaya Penjualan Menurut Analisis <i>Geometric Mean</i> Semester 2 Tahun 2002.....	50
Lampiran 7	Perhitungan Biaya Administrasi dan Umum Menurut Analisis <i>Geometric Mean</i> Semester 2 Tahun 2002	51
Lampiran 8	Perhitungan Alokasi Biaya Distribusi Untuk Fungsi Penjualan Menurut Kebijakan perusahaan.....	52
Lampiran 9	Perhitungan Alokasi Biaya Distribusi Untuk Fungsi Administrasi dan Umum Menurut Kebijakan Perusahaan.	53
Lampiran 10	Perhitungan Biaya Distribusi Teh botol Sosro Untuk Masing-masing Fungsi Distribusi.....	54
Lampiran 11	Perkembangan Harga Pokok Penjualan Semester 2 Tahun 2002.....	55



I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada kondisi perekonomian saat ini, dunia usaha semakin berkembang dan persaingan semakin ketat. Hal ini merupakan suatu penghalang yang tidak ringan bagi perusahaan dalam mengembangkan usahanya. Persoalan tersebut menuntut manajemen untuk merencanakan, mengorganisir, mengarahkan serta melakukan pengawasan sumber daya yang dimiliki secara tepat dan berhasil guna. Selain itu perusahaan juga perlu mempertimbangkan setiap langkah dan gerak operasinya baik itu dilihat dari aspek produksi, keuangan, pemasaran, dan pengelolaan sumber daya manusianya.

Pemasaran merupakan salah satu penunjang kegiatan operasional perusahaan dan sebagai ujung tombak dari kegiatan dalam memasarkan produk. Menurut Stanton dalam Basu Swasta (1996: 11) pemasaran merupakan suatu sistem keseluruhan dari kegiatan bisnis yang ditujukan untuk perencanaan, penentuan harga, mempromosikan, mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan konsumen.

Kegiatan distribusi merupakan salah satu komponen dari kegiatan pemasaran yang berkaitan dengan penyaluran barang dari perusahaan atau produsen ke penyalur (agen, pedagang besar, pedagang kecil) sampai ke konsumen. Pada perusahaan-perusahaan tertentu utamanya perusahaan distributor, kegiatan distribusi memerlukan perhatian khusus sehingga perlu adanya penyusunan perencanaan biaya distribusi secara tepat dan seefisien mungkin. Perencanaan biaya distribusi ini perlu dibuat dengan pertimbangan besarnya biaya terhadap volume penjualan yang telah dianggarkan untuk menentukan berhasil tidaknya suatu perusahaan dalam menjalankan operasi usahanya. Akibat yang mungkin timbul apabila biaya distribusi ini tidak diperhitungkan dengan benar dan tepat, perusahaan akan kehilangan sebagian kesempatan seperti pencapaian laba, timbulnya pemborosan, volume penjualan menurun, dan barang tidak sampai ke pasar secara efektif dan serta kemungkinan-kemungkinan yang lainnya.

Dengan demikian, maka pokok permasalahannya adalah bagaimana merencanakan biaya distribusi yang efisien, berdasarkan anggaran penjualan yang ditetapkan perusahaan?

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

1. Menentukan perkiraan anggaran penjualan semester 2 tahun 2002.
2. Menentukan perencanaan biaya distribusi semester 2 tahun 2002.
3. Mengukur tingkat efisiensi dari perencanaan biaya distribusi.

1.3.2 Kegunaan Penelitian.

1. Bagi manajer perusahaan dimaksudkan sebagai tambahan sumbangan pemikiran didalam menentukan kebijaksanaan, khususnya dalam merencanakan besarnya biaya distribusi pada masa yang akan datang dan untuk mengantisipasi terjadinya pemborosan.
2. Bagi penulis berguna untuk mengembangkan daya analisis untuk menerapkan ilmu yang telah dipelajari dibangku kuliah.



Gambar 1.1: Kerangka Pemikiran Penelitian

Keterangan:

1. mengumpulkan data historis dari perusahaan yang akan digunakan untuk menganalisis biaya distribusi;
2. membuat anggaran penjualan yang digunakan sebagai petunjuk dalam menentukan besarnya biaya distribusi yang merupakan dasar pelaksanaan aktivitas berikutnya;
3. memperkirakan besarnya biaya distribusi dari tingkat penjualan yang telah ditetapkan berdasarkan metode *geometric mean*;
4. menentukan tingkat efisiensi biaya distribusi;
5. menarik kesimpulan apakah perencanaan biaya tersebut mampu memberikan efisiensi dan menekan pemborosan biaya serta manfaat dan keuntungan bagi perusahaan.





II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian seperti ini pernah dilakukan sebelumnya pada perusahaan yang berbeda. Penelitian terdahulu dilakukan oleh Herman Widiyanto (1998) dengan obyek penelitian pada perusahaan rokok Retjo Pentung di Tulungagung dengan menggunakan periode tahun 1992-1997. Penelitian yang dilakukan oleh Herman Widiyanto adalah menganalisis efisiensi yang terbagi dalam beberapa jenis produk yaitu : rokok cap Mina, rokok cap Special, rokok cap Jaya ,dan rokok Klobot dimana analisis tersebut meliputi variabel tingkat penjualan dan biaya distribusi.

Penelitian Herman Widiyanto tersebut telah dianalisis dengan menggunakan metode jumlah kuadrat terkecil dan metode regresi.

Penelitian ini adalah penelitian yang menganalisis beberapa variabel untuk mengetahui seberapa besar pengaruhnya terhadap volume penjualan, dimana variabel yang dianalisis meliputi tingkat penjualan dan biaya distribusi. Jadi penelitian ini mempunyai persamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh Herman Widiyanto (1998), yaitu sama-sama ingin mengetahui besarnya biaya distribusi dalam rangka efisiensi biaya distribusi serta besarnya volume penjualan pada masa yang akan datang.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Herman Widiyanto adalah:

1. obyek penelitian Herman Widiyanto yaitu pada perusahaan rokok Retjo Pentung di Tulungagung dengan menggunakan periode tahun 1992 s/d 1997. Sedangkan penelitian ini, obyek penelitiannya adalah PT. Dharma Mulia Kencono cabang Jember dengan menggunakan periode tahun 1999 sampai dengan tahun 2002 semester 1;
2. penelitian yang dilakukan oleh Herman Widiyanto yaitu penelitian yang menganalisis efisiensi biaya distribusi pada perusahaan yang mendistribusikan empat jenis produk, yaitu:rokok cap Mina, rokok cap Special, Rokok cap Jaya, serta rokok klobot. Sedangkan penelitian ini menganalisis efisiensi biaya distribusi hanya pada satu produk yaitu Teh Botol Sosro;

3. penelitian Herman Widiyanto, metode yang digunakan dalam mencari besarnya biaya distribusi pada masa yang akan datang menggunakan metode regresi sederhana, sedangkan pada penelitian ini dalam mencari besarnya biaya distribusi pada masa yang akan datang menggunakan metode *geometric mean*.

2.2 Landasan Teori

Setiap waktu, persaingan dalam dunia usaha semakin meningkat, sehingga perusahaan yang semula berorientasi pada produksi mulai memperluas orientasi pada penjualan produk. Sejalan dengan itu biaya yang dikeluarkan untuk penjualan produk semakin besar proporsinya dari keseluruhan biaya. Berkaitan dengan ini, ada suatu hubungan yang penting terhadap jenis biaya yang lainnya yaitu aktifitas penjualan yang mempengaruhi tingkat penjualan produk. Salah satu alat untuk menganalisis program pemasaran yang efektif menggunakan suatu alat yang dinamakan analisis biaya distribusi. Adapun yang dimaksud distribusi adalah struktur perdagangan eceran dan perdagangan besar yang mana saluran-saluran tersebut digunakan untuk menyampaikan barang ke pasar (Swasta, 1990: 9). Sedangkan biaya distribusi atau sering diartikan sebagai biaya penjualan adalah biaya-biaya yang dikeluarkan untuk menjual atau membawa produk ke pasar atau dalam arti luas adalah biaya yang terjadi sejak produk selesai diproduksi dan disimpan dalam gudang sampai produk tersebut diubah kembali dalam bentuk uang tunai (Mulyadi, 1996: 529).

Secara umum biaya distribusi dapat diartikan sebagai pengeluaran biaya untuk menyalurkan produk yang sudah selesai diproduksi kepada konsumen, termasuk didalamnya usaha mengoptimisasikan produk tersebut agar mencapai tingkat penjualan dengan keuntungan maksimal. Dengan demikian biaya distribusi tidak hanya sekedar biaya untuk menjual produk tetapi juga biaya untuk memberikan informasi kepada calon konsumen mengenai produk yang akan dijual, biaya pengiriman dan pengangkutan barang kepada calon pembeli, biaya administrasi dan keuangan serta biaya pemrosesan pembelian kredit dan penagihannya. Jadi biaya distribusi tidak hanya untuk menjual produk tetapi juga

pengiriman, biaya bahan pembungkus, biaya pengiriman, biaya depresiasi kendaraan dan biaya operasi kendaraan.

5. Fungsi kredit dan penagihan

Fungsi kredit terdiri dari kegiatan pemantauan kemampuan keuangan dan penagihan piutang dari pelanggan. Biaya fungsi kredit dan penagihan terdiri dari gaji karyawan bagian penagihan, kerugian penagihan piutang, potongan tunai.

6. Fungsi akuntansi distribusi

Fungsi akuntansi distribusi terdiri dari kegiatan pembuatan faktur dan penyelenggaraan catatan akuntansi penjualan. Biaya fungsi distribusi terdiri dari gaji karyawan fungsi distribusi dan biaya kantor.

2.2.1 Karakteristik Biaya Distribusi

Menurut Mulyadi (1996:531) karakteristik biaya distribusi berbeda bila dibandingkan dengan biaya produksi, perbedaan itu terletak pada:

1. kegiatan distribusi perusahaan dalam mendistribusikan produk dilaksanakan secara bervariasi sehingga setiap perusahaan berbeda cara pemasarannya. Berbeda dengan kegiatan produksi yang pada umumnya menggunakan bahan baku, mesin, dan cara produksi yang sama dari waktu ke waktu. Hal ini memungkinkan diadakannya perbandingan biaya produksi antara perusahaan sejenis;
2. kegiatan distribusi mudah mengalami perubahan sesuai dengan kondisi pasar. Perubahan metode distribusi dapat disebabkan adanya keinginan konsumen yang berubah-ubah serta kegiatan pemasaran perusahaan pesaing. Hal ini menyebabkan metode distribusi bersifat fleksibel, sehingga dapat menimbulkan masalah penggolongan dan interpretasi biaya pemasaran;
3. kegiatan distribusi berhadapan langsung dengan konsumen yang merupakan variabel yang tidak dapat dikendalikan oleh perusahaan. Perusahaan dapat mengendalikan biaya tenaga kerja, biaya bahan baku, jam kerja dan jumlah mesin yang digunakan tetapi tidak untuk apa yang akan dilakukan konsumen. Dalam kegiatan produksi, efisiensi diukur dari jumlah biaya yang dapat

dihemat dalam satuan produk, dalam produksi, sedangkan dalam kegiatan distribusi kenaikan volume penjualan merupakan ukuran efisiensi;

4. dalam biaya distribusi terdapat biaya tidak langsung dan biaya bersama-sama yang sulit pemecahannya dibandingkan dengan yang terdapat dalam biaya produksi. Masalah bersama-sama ini akan timbul jika perusahaan menjual berbagai macam produk dengan cara pemasaran dan daerah pemasaran yang berbeda.

2.2.2 Pentingnya Analisis Perencanaan Biaya Distribusi

Pada perusahaan-perusahaan tertentu seperti perusahaan distributor, memperhitungkan biaya distribusi menjadi sangat penting. Untuk menentukan berapa sebenarnya anggaran pengeluaran biaya distribusi pada suatu periode tertentu agar tidak terjadi pembengkakan biaya karena tidak semestinya dikeluarkan, haruslah diperhitungkan dan diputuskan dengan pertimbangan dan perencanaan setepat mungkin.

Perencanaan biaya distribusi yang tepat dan efisien diharapkan dapat meminimalkan ongkos pengeluaran sehingga dapat berpengaruh terhadap upaya mengoptimalkan profitabilitas perusahaan. Oleh karena itu berdasarkan anggaran penjualan dapat dihitung pula berapa sebenarnya alokasi anggaran biaya distribusi menurut fungsi-fungsi distribusi sebagai unit pendistribusiannya.

Disusunnya perencanaan biaya distribusi mempunyai manfaat sebagai berikut :

1. dengan disusunnya perencanaan biaya distribusi, perusahaan diharapkan pada suatu keharusan untuk merencanakan secara terperinci biaya-biaya yang akan dikeluarkan;
2. sebagai alat koordinasi bagian penjualan yang bekerjasama untuk perencanaan pengarahannya sehingga perusahaan dapat mencapai keuntungan optimal dan pengeliminasian ketidakefisienan;
3. dapat dipakai sebagai pengawasan dan pengendalian untuk menghindari adanya penyimpangan sehingga dapat diterapkan pertanggung jawaban atas biaya yang bersangkutan terhadap masing-masing biaya distribusi.

2.2.3 Macam-macam Analisis Biaya Distribusi

Berdasarkan cara-caranya, analisis biaya distribusi dapat digolongkan menjadi tiga (Mulyadi, 1996: 132).

1. Analisis biaya distribusi menurut jenis biaya atau obyek pengeluarannya.

Didalam analisis ini biaya distribusi dipilah-pilah sesuai dengan jenis-jenis biaya distribusi, seperti: Gaji, biaya iklan, biaya perjalanan. Dengan analisis ini manajemen dapat mengetahui perincian jenis biaya distribusi tetapi tidak memperoleh informasi mengenai biaya yang telah dikeluarkan untuk menjalankan kegiatan tertentu. Oleh karena itu cara analisis ini hanya baik dilakukan jika manajemen tidak menghadapi masalah pengukuran efisiensi kegiatan distribusi tertentu, profitabilitas tiap-tiap produk, cara penjualan yang dijalankan dan profitabilitas daerah pendistribusian.

2. Analisis biaya distribusi menurut fungsi distribusi.

Fungsi distribusi adalah suatu kegiatan yang memerlukan pengeluaran biaya. Analisis biaya distribusi menurut fungsi distribusi bertujuan untuk mengendalikan biaya dan berguna untuk analisis efisiensi biaya distribusi menurut usaha distribusi.

Langkah analisis biaya distribusi menurut fungsi distribusi adalah sebagai berikut :

- a. menentukan dengan jelas fungsi-fungsi distribusi sehingga dapat ditentukan secara tepat manajemen yang bertanggung jawab untuk melaksanakan fungsi tersebut. Fungsi-fungsi yang ada dalam kegiatan distribusi adalah fungsi penjualan, fungsi advertensi dan penggudangan, fungsi pembungkusan dan pengiriman, fungsi kredit dan penagihan, serta fungsi akuntansi distribusi ;
- b. menggolongkan tiap-tiap jenis, biaya distribusi sesuai dengan fungsinya ;
- c. menentukan satuan ukuran jasa yang dihasilkan oleh tiap-tiap fungsi ;
- d. menentukan biaya persatuan kegiatan pendistribusian dengan cara membagi total biaya distribusi yang dikeluarkan untuk fungsi tertentu dengan jumlah satuan jasa yang dihasilkan oleh fungsi yang bersangkutan. Biaya per satuan kegiatan distribusi tersebut digunakan

sebagai biaya standar dan dipakai untuk mengendalikan biaya yang sesungguhnya terjadi.

3. Analisis biaya distribusi menurut usaha distribusi.

Kegiatan distribusi tidak akan efektif jika tidak ada pengarahan yang baik, oleh karena itu perlu diadakan analisis biaya distribusi yang dapat menyajikan informasi kepada manajemen mengenai kemampuan usaha distribusi tertentu dalam mendukung profitabilitas perusahaan. Analisis biaya distribusi menurut usaha distribusi dapat dibagi menjadi empat :

- a. menurut jenis produk ;
- b. menurut daerah pemasaran ;
- c. menurut besarnya pesanan ;
- d. menurut saluran distribusi.

Untuk pengendalian yang lebih efisien tentang biaya-biaya distribusi berbagai macam fungsi distribusi seperti fungsi pengiriman/transportasi, fungsi penggudangan dan administrasi, fungsi promosi, fungsi penagihan, maka manajemen harus menganalisis biaya distribusinya setelah pos-pos biaya dikelompokkan kedalam klasifikasi yang menggambarkan aktivitas distribusinya. Adapun prosedur analisis biaya distribusi ini terdiri dari lima langkah.

1. Menggolongkan jenis biaya distribusi menurut fungsinya.
2. Menentukan jenis analisis yang akan dijalankan.
3. Menggolongkan jenis biaya distribusi kedalam :
 - a. biaya langsung, yaitu biaya-biaya yang berhubungan langsung dengan fungsi atau kegiatan distribusi tertentu ;
 - b. biaya setengah langsung, yaitu biaya yang mempunyai hubungan jelas dengan beberapa fungsi atau kegiatan distribusi ;
 - c. biaya tidak langsung, yaitu biaya yang tidak memiliki hubungan yang jelas dengan fungsi atau kegiatan distribusi tertentu.
4. Menentukan dasar alokasi biaya distribusi. Untuk biaya langsung dengan sendirinya tidak perlu dialokasikan karena jasa yang diberikan oleh biaya ini jelas hanya untuk bagian atau obyek tertentu sedangkan biaya setengah

langsung perlu dicarikan dasar alokasi yang adil agar tiap-tiap bagian atau obyek menerima beban yang wajar.

5. Mencari hubungan antara biaya dengan pendapatan yang diperoleh dari pengeluaran biaya tersebut, untuk setiap jenis produk, daerah pendistribusian, besar order atau saluran distribusi.

Berdasarkan hasil analisis biaya distribusi menurut fungsi-fungsi distribusi terhadap jenis produk dapat diketahui apakah pengalokasian biaya distribusi pada masing-masing fungsi distribusi telah ditetapkan. Jika belum efisien maka perlu dilakukan tindakan korektif sebagai berikut :

1. perusahaan perlu mempertimbangkan kembali metode yang dipakai dalam perkiraan anggaran penjualan dan metode perhitungan perencanaan biaya distribusi ;
2. perusahaan perlu lebih teliti dalam mengalokasikan biaya distribusi menurut fungsi-fungsi distribusinya. Adapun pedoman umum dasar alokasi biaya distribusi untuk setiap fungsinya dapat dilihat pada tabel 2.1.

Tabel 2.1 : Pedoman Umum Dasar Alokasi Biaya Distribusi Untuk Setiap Fungsi-Fungsi Distribusi

No	Fungsi Distribusi	Dasar Alokasi Yang Dapat Digunakan
1	Penjualan	Hasil penjualan
2	Pergudangan	Volume, berat atau jumlah produk yang dikirim
3	Promosi dan advertensi	Jumlah produk yang terjual, perbandingan sirkulasi dan media yang dipakai untuk advertensi
4	Pembungkusan dan pengiriman.	Frekwensi pengiriman, berat atau volume produk
5	Kredit dan penagihan	Jumlah pesanan pembeli, transaksi atau garis yang dipakai dalam faktur perbandingan hasil penjualan
6	Administrasi akuntansi	Jumlah produk yang tercantum dalam faktur penjualan

Sumber : Mulyadi, 1996: 535.

Dasar alokasi yang digunakan ini dapat berlainan antara perusahaan yang satu dengan perusahaan yang lain sehingga sangat tergantung pada kondisi perusahaan yang bersangkutan.

2.2.4 Pengertian Anggaran Penjualan Sebagai Alat Perencanaan

Pendekatan-pendekatan sebagai usaha memberikan gambaran dasar mengenai rencana penjualan harus disesuaikan atau disusun berdasarkan aktivitas atau volume perusahaan untuk mencapai sasaran yang diinginkan diperlukan alat perencanaan dan pengawasan kegiatan yang disebut anggaran penjualan. Oleh karena itu dapat dikatakan bahwa anggaran penjualan merupakan dasar dilakukannya aktivitas-aktivitas yang lain dan pada umumnya anggaran penjualan disusun terlebih dahulu dari anggaran-anggaran yang lain (Adisaputro dan Asri, 1994: 127). Adapun manfaat dan tujuan penyusunan anggaran penjualan adalah (Adisaputro dan Asri, 1994 :127) :

1. sebagai pedoman utama bagi para penanggung jawab juga bagi karyawan dalam melaksanakan tindakan-tindakan dan kegiatan dalam lingkungan tanggung jawabnya masing-masing ;
2. sebagai alat pengawas atas semua tindakan, perbuatan dan aktivitas terutama bagi karyawan dalam lingkungan tanggung jawabnya masing-masing ;
3. sebagai alat kontrol dalam mengikuti dan mengetahui semua penyimpangan yang terjadi diantara seluruh kegiatan yang dilaksanakan dengan hasilnya menurut ketentuan yang ditentukan dalam program anggaran untuk bagian-bagian yang bersangkutan ;
4. sebagai bahan untuk mengetahui estimasi rugi laba dalam permulaan atau awal tahun bagi periode yang bersangkutan.

2.2.5 Hubungan Antara Anggaran Penjualan Dengan Biaya Distribusi

Kopleksnya permasalahan yang dihadapi perusahaan menyebabkan bayak kegiatan yang harus dilaksanakan berdasarkan perencanaan yang teliti dan cermat. Salah satu perencanaan yang perlu disusun adalah perencanaan penjualan atau anggaran penjualan. Pengertian rencana penjualan dapat dinyatakan sebagai berikut (Welsch, 1996: 230):

klasifikasi yang menggambarkan aktivitas distribusi. Adapun prosedur analisisnya sebagai berikut :

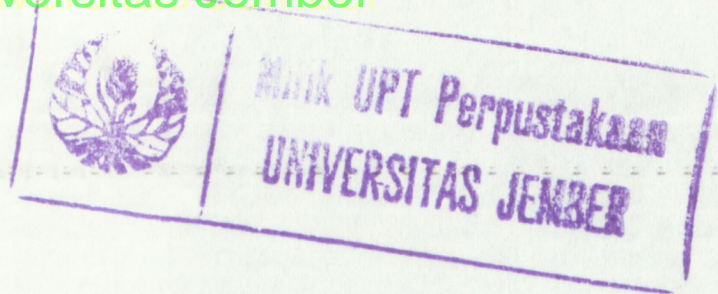
- a. memilih kelompok kegiatan distribusi pada perusahaan, kemudian mengalokasikan masing-masing pos biaya diantara aktivitas-aktivitas tersebut ;
- b. melihat daftar pendistribusian biaya terhadap aktivitas kegiatan/ fungsi-fungsi distribusi yang dibiayai.

Analisis biaya fungsional ini dapat memberikan informasi lebih banyak bagi manajemen perusahaan karena analisis kegiatan secara total merupakan titik awal bagi manajemen untuk menganalisis biaya-biaya berdasarkan jenis produk, daerah penjualan atau unit pemasaran lainnya.

3. Analisis biaya-biaya fungsional berdasarkan segmen pasar, jenis produk menunjukkan secara tepat adanya kesalahan/kelemahan atau adanya keunggulan. Prosedur analisisnya sama dengan metode yang dipakai untuk menganalisis biaya fungsional, yaitu jumlah dari masing-masing produk atau segmen pasar. Dengan mengkombinasikan analisis volume penjualan dengan studi biaya distribusi maka manajemen perusahaan dapat menyusun laporan operasi untuk masing-masing jenis produk atau segmen pasarnya.

Pengalokasian biaya distribusi dapat dilakukan dengan dua cara yaitu (Swasta, 1993 :205) :

1. pendekatan *contribution margin*, yaitu dalam pendekatan ini sebenarnya hanya biaya langsung yang dapat dialokasikan kemasing-masing unit pemasaran (daerah penjualan, produk) yang dianalisis. Ini merupakan biaya-biaya yang nampaknya akan diabaikan apabila tidak ditentukan unit pendistribusiannya, sesudah dikurangi dengan biaya langsung, sisanya merupakan biaya tidak langsung ;
2. pendekatan *full cost*, yaitu dalam pendekatan ini semua biaya baik biaya langsung maupun tidak langsung dapat dialokasikan ke unit-unit pendistribusiannya dengan suatu studi, dengan maksud untuk menentukan profitabilitas bersih dari unit-unit yang sudah diteliti.



III. METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Sesuai dengan tujuan penelitian yang telah disebutkan sebelumnya, maka penelitian ini dimaksudkan untuk mendapatkan suatu gambaran dalam pengambilan keputusan mengenai penentuan biaya distribusi yang efisien untuk masa yang akan datang. Penelitian yang dilaksanakan ini merupakan penelitian yang didasarkan pada data sekunder. Data-data tersebut diperoleh dari periode sebelumnya, pada obyek penelitian dan data hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti pada perwakilan PT. Dharma Mulia Kencono cabang Jember yang menghendaki untuk mengevaluasi kembali keputusan tentang penetapan biaya distribusi yang telah ditentukan oleh perusahaan dalam hubungannya dengan peningkatan profitabilitas perusahaan.

3.2 Obyek Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT. Dharma Mulia Kencono cabang Jember yang berkedudukan di Jalan Ikan Bandeng 226 Jember. Perusahaan ini mendistribusikan berbagai macam produk Sosro, tetapi dalam penelitian ini hanya meneliti produk teh botol Sosro.

3.3 Prosedur Pengumpulan Data

3.3.1 Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder adalah data yang diperoleh secara umum, baik data dari perusahaan sendiri maupun dari pihak-pihak yang berhubungan dengan obyek penelitian. Data yang dianalisis meliputi periode tahun 1999 sampai semester 1 tahun 2002.

3.3.2 Metode Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data sebagai bahan analisis digunakan beberapa metode pengumpulan data sebagai berikut :

1. Dokumentasi yaitu tehnik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mencatat data-data yang ada dalam dokumen-dokumen dan laporan keuangan perusahaan yang erat kaitannya dengan masalah yang diteliti ;
2. studi literatur yaitu metode pengumpulan data dengan cara membaca buku-buku literatur, dokumen perusahaan, hasil penelitian terdahulu, serta bahan bacaan lain yang ada kaitannya dengan masalah yang diteliti.

3.4 Definisi Operasional Variabel

1. Volume Penjualan (Y) adalah jumlah teh botol Sosro yang terjual pada tiap semester yang dinyatakan dalam satuan krat.
2. Biaya Distribusi adalah biaya yang dikeluarkan perusahaan yang digolongkan dalam fungsi penjualan serta fungsi administrasi dan umum, dalam tiap semester yang dinyatakan dalam rupiah.
3. Laba Kotor adalah penjualan teh botol Sosro dikurangi dengan harga pokok penjualannya dalam tiap semester yang dinyatakan dalam rupiah.
4. Tingkat Efisiensi Biaya Distribusi adalah laba kotor tiap semester dibagi dengan biaya distribusi tiap semester yang dinyatakan dalam persen (%).
5. Efisiensi Perencanaan Biaya Distribusi adalah memperkirakan tingkat efisiensi dari perencanaan biaya distribusi semester 2 tahun 2002.

3.5 Definisi Identifikasi Variabel

Dalam penelitian ini menggunakan dua variabel, yaitu variabel independent atau variabel bebas (x) dan variabel dependent atau variabel terikat (Y).

Variabel dependent atau variabel terikat (Y) adalah volume penjualan teh botol Sosro yang diharapkan pada periode yang akan datang. Sedangkan variabel independent atau variabel bebas (x) adalah harga jual serta kuantitas unit teh botol Sosro.

3. Menentukan Tingkat Efisiensi Biaya Distribusi

Untuk mengetahui efisiensi biaya distribusi berdasarkan anggaran penjualan terhadap kontribusi pembentukan laba kotor perusahaan digunakan rumus sebagai berikut (Swasta, 1990: 144):

$$\text{Tingkat Efisiensi Biaya Distribusi} = \frac{\text{Laba Kotor}}{\text{Biaya Distribusi}} \times 100\%$$

Laba Kotor = Penjualan – Harga Pokok Penjualan

Dengan kriteria efisiensi apabila (Nafirin, 2000:126):

1. semakin kecil biaya distribusi yang dikeluarkan pada tingkat penjualan tertentu maka prosentase tingkat efisiensi biaya distribusi akan semakin tinggi sehingga dinyatakan efisien;
2. semakin besar biaya distribusi yang dikeluarkan pada tingkat penjualan tertentu maka prosentase tingkat efisiensi biaya distribusi akan semakin rendah sehingga dinyatakan tidak atau kurang efisien.

3.7 Batasan Masalah

Distribusi produk yang ada pada PT. Dharma Mulia kencono cabang Jember adalah teh botol Sosro, teh kotak, fruit tea, dan teh celup. Namun pada penelitian kali ini produk yang dianalisis adalah teh botol Sosro.



IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Obyek yang Diteliti

4.1.1 Sejarah Singkat Berdirinya Perusahaan

Pada saat berdirinya, PT. Dharma Mulia Kencono bernama PT. Mandradhana Mukti. Perusahaan ini didirikan pada tanggal 16 April 1996 yakni di jalan Let. Jend. Sutoyo No. 49-51, Waru-Sidoarjo Jawa timur. Pada mulanya perusahaan ini memiliki 10 kantor cabang yang tersebar dipropinsi Jawa timur yang terdiri dari Jember, Madiun, Jombang, Lamongan, Malang, Krian, Kalianak, banyuwangi, Pandaan dan Probolinggo. Pada tanggal 7 Januari 1997, PT. Mandradahana Mukti memperluas wilayah distribusinya sehingga menjadi 14 kantor cabang dan dan mengganti namanya menjadi PT. Dharma Mulia Kencono. Wilayah distribusinya antara lain Jember, Madiun, Jombang, Lamongan, Malang, Krian, Kalianak, banyuwangi, Pandaan, Probolinggo, Waru, Kediri, Bangkalan dan Sumenep.

PT. Dharma Mulia Kencono cabang Jember berkedudukan di jalan Ikan Bandeng 226 jember. Perusahaan ini mendistribusikan beberapa macam produk PT. Sinar Sosro, yaitu teh botol Sosro, teh kotak, fruit tea, dan teh celup. PT. Dharma Mulia Kencono cabang Jember daerah pendistribusiannya meliputi wilayah se-kabupaten jember dan Bondowoso.

Sejarah berdirinya PT. Sinar Sosro di Indonesia dimulai secara bertahap dan lama. Mulai dari sejarah ide pembuatan hingga penggunaan botol sebagai kemasan beserta mereknya. Sejarah dimulai pada tahun 1940 di Slawi, Jawa Tengah dari perkebunan teh yang dimiliki keluarga Sosrodjojo. Perkebunan teh yang luas itu, mereka manfaatkan dalam dalam teh seduh. Teh seduh ini memiliki merk Teh Wangi Melati Cap Botol. Teh Celup Wangi Melati merk Cap Botol ini pada mulanya tidak mendapat respon dari masyarakat. Untuk itu pihak manajemen Teh Melati merk Cap Botol ini kemudian mengambil beberapa terobosan baru dalam bidang promosi. Jalan promosi yang dibentuk yaitu : Promosi Sampling/ Cicipan Rasa. Dalam tehnik cicipan rasa ini, membagi-bagikan teh wangi melati secara cuma-cuma kepada masyarakat saat diadakan

Jakarta), maka desain botol teh botol Sosro berubah dan bertahan sampai sekarang. Pabrik tersebut, merupakan pabrik teh siap minum dalam kemasan botol pertama di Indonesia dan pertama di Dunia. Kini Sosro memiliki beberapa pabrik yang tersebar di Pulau Jawa dan Sumatra, yaitu :

1. pabrik produk teh botol Sosro, berada di Jakarta (Cakung), Pandeglang- Jawa Barat, Ungra-Jawa Tengah, Surabaya-Jawa Timur dan Medan-Sumatra Utara ;
2. pabrik peracikan Teh Wangi Melati, berada di Slawi-Jawa Tengah ;
3. pabrik Kemasan Tetra, Kaleng dan Air Mineral berada di Tambun-Bekasi.

Sejak generasi pertama, keluarga Sosro memiliki satu filosofi yang mulia dan selalu diterapkan pada setiap aktifitas bisnisnya. Filosofi tersebut adalah "NIAT BAIK". niat baik ini dijabarkan kepada produk-produk yang dihasilkan (yang pada saat itu teh botol Sosro), yaitu bahwa produk-produk Sosro itu tidak menggunakan bahan pengawet, tidak menggunakan pemanis buatan dan tidak menggunakan zat pewarna. Niat baik ini juga diterapkan pada proses produksi Sosro sehingga proses produksi yang dilakukan aman bagi lingkungan. Dengan demikian produk Sosro dapat di konsumsi oleh segala usia.

4.1.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Subbab ini akan diberikan gambaran tentang organisasi pada PT. Dharma Mulia Kencono selaku distributor Sosro Cabang Jember. Struktur organisasi perlu dibuat karena mempunyai peranan penting didalam perusahaan untuk menentukan berhasil tidaknya perusahaan dalam usaha mencapai tujuan. Oleh karena itu struktur organisasi yang baik, tepat dan jelas akan dapat menjelaskan fungsi dari masing-masing bagian yang ada dalam organisasi.

Struktur organisasi tersebut akan merupakan suatu mekanisme formal dengan mana organisasi dikelola. Struktur organisasi menunjukkan kerangka dan susunan perwujudan pola tetap hubungan diantara fungsi, bagian/posisi maupun orang yang menunjukkan kedudukan, tugas, wewenang dan tanggung jawab yang berbeda dalam suatu organisasi. Struktur ini mengandung unsur spesialisasi kerja, koordinasi, sentralisasi/desentralisasi dalam pembuatan besaran/ ukuran satuan kerja.

Adapun tugas dari masing-masing bagian dalam struktur organisasi dapat diuraikan seperti berikut ini.

1. Unit Manajer.
 - a. Memimpin dan mengawasi jalannya perusahaan.
 - b. Delegasi wewenang kepada bawahannya.
 - c. Bertanggung jawab atas kegiatan perusahaan.
 - d. Mengelola aset dan penjualan.
2. Kepala Administrasi dan Keuangan.
 - a. Bertugas melaksanakan kegiatan administrasi untuk perusahaan.
 - b. Bertanggung jawab terhadap masalah kelancaran administrasi yang berhubungan dengan perusahaan.
 - c. Mengawasi keluar masuknya dana serta alokasi untuk operasional perusahaan.
 - d. Bertanggung jawab terhadap transaksi keuangan.
3. Staf Administrasi Penjualan.
 - a. Bertanggung jawab atas tugas penjualan hasil produksi.
 - b. Menganalisis penjualan.
4. Staf Administrasi Keuangan.
 - a. Bertugas membantu kepala bagian keuangan dalam menjalankan tugasnya.
5. Staf Administrasi Gudang.
 - a. Bertanggung jawab terhadap stok barang.
 - b. Mengawasi keluar masuknya barang.
6. *Supervisor*.
 - a. Bertanggung jawab terhadap tugas dropping.
 - b. Mengawasi jalannya pelaksanaan fungsi penjualan.
7. *Salesman*.
 - a. Memasarkan barang kepada konsumen.
 - b. Mempertanggung jawabkan budget yang telah ditetapkan.
 - c. Melaksanakan dan mempertanggung jawabkan kegiatan yang ada di pasar.
 - d. Mencari langganan baru.

Khusus untuk hari jumat, jam kerja dimulai pukul 08.00-11.00WIB kemudian istirahat dan dilanjutkan lagi mulai pukul 13.00-16.00WIB

4.1.3.2 Sistem Pemberian Gaji dan Tunjangan

Pada PT. Dharma Mulia Kencono cabang Jember, pemberian gaji didasarkan atas spesifikasi dan diskripsi jabatan yang dimiliki oleh setiap karyawan. Adapun pemberian gaji dilaksanakan secara bulanan.

Disamping gaji, sebagai usaha untuk meningkatkan dan mempertahankan semangat dan kegairahan kerja karyawan, perusahaan juga memberikan berbagai tunjangan insentif serta berbagai macam fasilitas demi kesejahteraan karyawan, seperti berikut ini.

1. Tunjangan Hari Raya, yaitu tunjangan yang diberikan kepada karyawan yang memiliki masa kerja minimal satu tahun.
2. Tunjangan kesehatan, yaitu tunjangan yang ditunjang sepenuhnya oleh perusahaan berupa Askes.

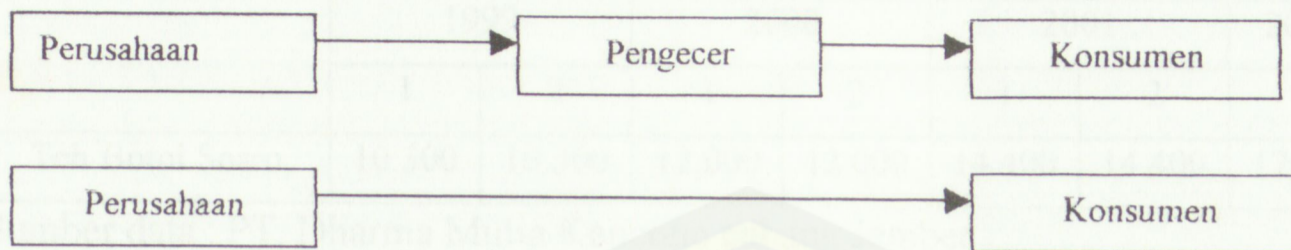
4.1.4 Daerah Pendistribusian

Daerah pendistribusian merupakan daerah tempat pelembaran hasil-hasil produksi. Prinsip bagi perusahaan adalah berusaha sekuat tenaga untuk menjual produknya guna memperoleh keuntungan dengan pelayanan sebaik-baiknya. Pada mulanya pendistribusian dari produk yang dihasilkan perusahaan teh Sosro adalah terbatas pada daerah Jawa Tengah saja, akan tetapi sekarang sudah mencakup seluruh kota-kota di Pulau Jawa. PT. Dharma Mulia Kencono selaku distributor sosro kantor perwakilan Jember daerah pemasarannya meliputi wilayah se-Kabupaten Jember dan Bondowoso.

4.1.5 Saluran Distribusi

PT. Dharma Mulia Kencono merupakan agen tunggal dari perusahaan PT. Sinar Sosro. Pendistribusian produk oleh PT. Dharma Mulia Kencono dari perusahaan ke konsumen diusahakan agar produk tersedia dan dapat dibeli dengan mudah oleh konsumen dimanapun mereka berada. Penjualan dilakukan oleh tenaga penjual yang dibantu oleh pembantu penjual. Penjual dapat

mendistribusikan langsung kepada konsumen atau dapat juga melalui pengecer terlebih dahulu. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat dalam gambar 4.2.



Gambar 4.2 : Saluran Distribusi PT. Dharma Mulia Kencono
Sumber data : PT. Dharma Mulia Kencono cabang Jember

4.1.6 Perkembangan Volume Penjualan

Volume penjualan untuk produk utama teh botol Sosro tahun 1999 sampai dengan semester 1 tahun 2002 dapat dilihat pada tabel 4.1.

Tabel 4.1 : Perkembangan Volume Penjualan Teh Botol Sosro Cabang Jember
Tahun 1999 s/d Semester 1 Tahun 2002 (dalam Rupiah)

Tahun	Semester	Volume Penjualan (krat)	Harga Jual Per krat (Rp)	Volume Penjualan (Rp)
1999	1	30.239	10.300	311.461.700
	2	30.600	10.300	315.180.000
2000	1	32.100	12.000	385.200.000
	2	40.329	12.000	483.948.000
2001	1	42.407	14.400	610.660.800
	2	44.150	14.400	635.760.000
2002	1	44.323	17.000	753.491.000

Sumber data: PT. Dharma Mulia Kencono cabang Jember

4.1.7 Perkembangan Harga Jual

Harga jual untuk produk utama teh botol Sosro tahun 1999 sampai dengan semester 1 tahun 2002 dapat dilihat pada tabel 4.2.

Tabel 4.4 : Penentuan Anggaran Penjualan Teh Botol Sosro Cabang Jember Semester 2 Tahun 2002

Tahun	Semester	y	x	xy	x ²
1999	1	311.461.700	-3	-934.385.100	9
	2	315.180.000	-2	-630.360.000	4
2000	1	385.200.000	-1	-385.200.000	1
	2	483.948.000	0	0	0
2001	1	610.660.800	1	610.660.800	1
	2	635.760.000	2	1.271.520.000	4
2002	1	753.491.000	3	2.260.473.000	9
Jumlah		3.495.701.500	0	2.192.708.700	28

Sumber Data: Tabel 4.1 diolah

$$a = \frac{\sum y}{n} = \frac{3.495.701.500}{7} = 499.385.927$$

$$b = \frac{\sum xy}{\sum x^2} = \frac{2.192.708.700}{28} = 78.311.025$$

$$Y = a + bx$$

$$= 499.385.927 + 78.311.025 (4)$$

$$= 499.385.927 + 313.244.100$$

$$= \text{Rp.} 812.630.027,00$$

Berdasarkan hasil perhitungan dapat diketahui bahwa perkiraan anggaran penjualan semester 2 tahun 2002 sebesar Rp. 812.630.027,00.

Berdasarkan data yang diberikan oleh perusahaan maka harga jual untuk semester 2 tahun 2002 sebesar Rp. 17.000,00.

Penjualan rata-rata dari teh botol Sosro dalam satuan krat dapat dihitung dengan cara membagi tingkat penjualan (Rp) dengan harga jual produk perkrat untuk semester 2 tahun 2002, sebagaimana tabel 4.5.

Tabel 4.6: Pengelompokan Biaya Distribusi dan Alokasi Biaya-biaya Fungsi Distribusi Cabang Jember Tahun anggaran 1999 s/d Semester 1 Tahun 2002

Biaya Distribusi	1999		2000		2001		2002
	Smt 1	Smt 2	Smt 1	Smt 2	Smt 1	Smt 2	Smt 1
A. Biaya langsung							
1. Fungsi Penjualan							
a. Biaya gaji dan upah	10.007.315	13.362.000	20.940.494	22.055.880	26.984.974	27.460.056	29.136.176
b. Biaya pelatihan dan Pengembangan	291.228	302.400	388.564	416.344	618.420	709.242	755.328
c. Biaya angkut	1.298.749	6.225.371	8.821.968	14.335.452	21.860.484	23.964.076	24.426.084
d. Biaya kendaraan	13.285.104	14.556.000	16.883.004	18.872.674	16.904.708	24.444.076	25.032.000
e. Biaya sewa dan pemeliharaan	12.698.616	17.048.602	79.968	84.000	261.660	261.660	252.101
f. Biaya promosi	1.666.409	5.925.415	24.242.040	27.011.724	29.921.642	31.121.642	35.454.415
g. Biaya lain-lain	1.470.765	1.654.266	1.054.390	2.179.306	215.712	215.712	252.126
Jumlah Biaya Fungsi Penjualan	40.718.186	59.074.054	72.410.428	84.955.380	96.767.600	108.176.464	115.308.230
2. Fungsi Administrasi dan umum							
a. Biaya gaji dan upah	7.442.946	8.264.760	12.234.096	12.173.567	18.996.522	18.996.522	19.404.336
b. Biaya pelatihan dan pengembangan	-	300.000	305.340	351.246	137.340	187.740	168.269
c. Biaya sewa dan pemeliharaan	-	2.100.000	1.557.528	2.164.050	1.368.126	201.936	252.101
d. Biaya lain-lain	3.749.976	6.542.760	8.354.220	14.332.788	10.704.514	13.979.160	14.863.213
Jumlah Biaya Fungsi Administrasi dan Umum	11.192.922	17.207.520	22.451.184	29.021.651	31.206.502	33.365.358	34.687.792
Jumlah Biaya Langsung	51.911.108	76.281.574	94.861.612	113.977.031	127.974.102	141.541.822	149.996.022
B. Biaya Tidak Langsung							
a. Gaji unit manajer dan tunjangan penjualan	1.750.000	1.750.000	2.000.000	2.000.000	2.250.000	2.250.000	2.500.000
Jumlah Total Biaya distribusi	53.661.108	78.031.574	96.861.612	115.977.031	130.224.102	143.791.822	152.496.022

Sumber data: PT. Dharma Mulia Kencono cabang Jember

Pada biaya angkut terjadi pembengkakan, hal ini terjadi karena adanya kenaikan harga BBM. Begitu pula pada biaya promosi juga terjadi pembengkakan. Pembengkakan terjadi karena perusahaan lebih meningkatkan kegiatan promosinya antara lain dengan cara menjadi sponsor dalam event-event tertentu, menyelenggarakan program layanana Pesta Teh Botol Sosro yang memberikan kemudahan pelayanan bagi masyarakat yang menyelenggarakan pesta hajatan dengan fasilitas peminjaman sendok dan piring, peminjaman

Tabel 4.8: Biaya Distribusi Masing-masing Fungsi Distribusi
Cabang Jember Semester 2 tahun 2002

Biaya Distribusi	1999		2000		2001		2002
	Smt 1	Smt 2	Smt 1	Smt 2	Smt 1	Smt 2	Smt 1
1.0 Fungsi penjualan	41.787.630	60.143.498	73.632.650	86.177.602	98.142.600	109.551.464	116.836.008
2.0 Fungsi administrasi daun mum	11.873.478	17.888.076	23.228.962	29.799.429	32.081.502	34.240.358	35.660.014
Jumlah	53.661.108	78.031.574	96.861.612	115.977.031	130.224.102	143.791.822	152.496.022

Sumber data: Tabel 4.6 dan 4.7

Setelah diketahui besarnya total biaya distribusi yang dikeluarkan oleh PT. Dharma Mulia Kencono cabang Jember, maka dapat diketahui besarnya biaya distribusi untuk produk teh botol Sosro, dimana besarnya biaya distribusi untuk teh botol Sosro adalah 60 % dari total biaya distribusi sebagaimana tabel 4.9.

Tabel 4.9: Biaya Distribusi Masing-masing Fungsi Distribusi Teh Botol Sosro
Cabang Jember Semester 2 Tahun 2002

Biaya Distribusi	1999		2000		2001		2002
	Smt 1	Smt 2	Smt 1	Smt 2	Smt 1	Smt 2	Smt 1
1. Fungsi penjualan	25.072.578	36.086.099	44.179.590	51.706.561	58.885.560	65.730.878	70.101.605
2. Fungsi administrasi daun mum	7.124.087	10.732.846	13.937.377	17.879.657	19.248.901	20.544.215	21.396.008
Jumlah	32.196.665	46.818.945	58.116.967	69.586.218	78.134.461	86.275.093	91.497.613

Sumber data: Lampiran 3,4 dan 5

4.2.4 Perencanaan Biaya Distribusi Menurut Analisis *Geometrik Mean*

Untuk memberikan alternatif analisis perencanaan biaya distribusi bagi perusahaan dengan tujuan meminimalkan biaya distribusi digunakan pendekatan analisis *geometrik mean*. Perhitungan analisis geometrik mean untuk perencanaan biaya distribusi semester 2 tahun 2002 dapat dilihat pada lampiran 6 dan 7. Adapun hasil perhitungannya sebagaimana tabel 4.10.

Tabel 4.11: Perhitungan Perencanaan Biaya Distribusi Teh Botol Sosro Menurut Kebijakan Perusahaan (Sistem Rata-rata Prosentase Untuk Masing-masing Fungsi Distribusi) Anggaran Biaya Distribusi Semester 2 tahun 2002

Jenis Produk	Anggaran Penjualan (Rp)	Fungsi Biaya Distribusi				Jumlah Biaya Distribusi (Rp)
		Biaya Penjualan		Biaya Adm & Umum		
		%	Rp	%	Rp	
Teh Botol Sosro	812.630.027	0,101	82.075.633	0,032	26.004.161	108.079.794

Sumber data: Tabel 4.4, Lampiran 8,9 dan 10 diolah

Berdasarkan perhitungan tabel 4.11 diatas, perhitungan menurut kebijakan perusahaan dengan sistem rata-rata prosentase tertentu dari hasil penjualan sebesar Rp. 812.630.027,00 jumlah biaya distribusi yang harus dikeluarkan untuk anggaran biaya distribusi semester 2 tahun 2002 adalah Rp. 108.079.794,00.

4.2.6 Menentukan Tingkat Efisiensi Biaya

Setelah melakukan analisis biaya distribusi menurut kebijakan perusahaan dengan metode rata-rata prosentase tertentu dari tingkat penjualan dan analisis dengan metode *geometric mean*, maka perlu dianalisis pula tingkat efisiensi biaya distribusi berdasarkan anggaran penjualan terhadap kontribusi pembentukan laba kotor perusahaan. Sebagaimana perhitungan tingkat efisiensi biaya distribusi berikut ini maka perhitungan tingkat efisiensi biaya distribusi semester 2 tahun 2002 menurut analisis kebijakan perusahaan dan analisis *geometric mean* dapat dibandingkan sebagaimana berikut:

$$\text{Tingkat Efisiensi Biaya Distribusi} = \frac{\text{Laba Kotor}}{\text{Biaya Distribusi}} \times 100\%$$

$$\text{Laba Kotor} = \text{Penjualan} - \text{Harga Pokok Penjualan}$$

Tabel 4.12: Perhitungan Tingkat Efisiensi Biaya Distribusi Teh Botol Sosro Cabang Jember Tahun 1999 s/d Semester 2 Tahun 2002

Tahun	Semester	Penjualan (Rp) f	HPP(Rp) g	Laba Kotor(Rp) h=f-g	Biaya Distribusi (Rp) I	Efisiensi Biaya (%) j=(h/I)x100%
1999	1	311.461.700	225.280.550	86.181.150	32.196.665	267,67
	2	315.180.000	227.970.000	87.210.000	46.818.945	186,27
2000	1	385.200.000	246.367.500	138.832.500	58.116.967	238,85
	2	483.948.000	309.525.075	174.422.925	69.586.218	250,66
2001	1	610.660.800	330.774.600	279.886.200	78.134.461	358,21
	2	635.760.000	344.370.000	291.390.000	86.275.093	337,75
2002	1	753.491.000	370.097.050	383.393.950	91.497.613	419,02
Jumlah		3.495.701.500	2.054.384.775	1.441.316.725	462.625.962	2058,43

Sumber data: Tabel 4.1, 4.8 dan lampiran 11 diolah

Setelah perhitungan efisiensi biaya distribusi tahun 1999 sampai dengan semester 2 tahun 2002, maka akan diperoleh tingkat efisiensi rata-rata pada produk teh botol Sosro sebagaimana tabel 4.13.

4.13: Tingkat Efisiensi Biaya Distribusi Rata-rata Teh Botol Sosro Cabang Jember Semester 2 Tahun 2002

Tahun	Semester	y	x	xy	x ²
1999	1	267,67	-3	-803,01	9
	2	186,27	-2	-372,54	4
2000	1	238,85	-1	-238,85	1
	2	250,66	0	0	0
2001	1	358,21	1	358,85	1
	2	337,75	2	675,50	4
2002	1	419,02	3	1.257,06	9
Jumlah		2058,43	0	876,36	28

Sumber data: Tabel 4.12 diolah

$$a = \frac{\sum y}{n} = \frac{2058,43}{7} = 294,06$$

maka dapat diketahui bahwa perencanaan biaya distribusi periode semester 2 tahun 2002 adalah:

Tabel 4.14: Komparasi Perencanaan Biaya Distribusi Teh Botol Sosro Cabang Jember Menurut Kebijakan perusahaan dan Analisis *Geometric Mean* Semester 2 tahun 2002

Teh Botol Sosro	Analisis Rata-rata Prosentase (Kebijakan Perusahaan) (Rp)	Analisis Geometric Mean (Rp)	Selisih (Rp)
Penjualan	812.630.027	812.630.027	-
Biaya penjualan	82.075.633	81.177.659	897.974
Biaya adm & umum	26.004.161	25.054.726	949.435
Biaya distribusi	108.079.794	106.232.385	1.847.409

Sumber data: Tabel 4.10 dan 4.11

Demikian pula dengan pertimbangan tingkat efisiensi biaya distribusi, dapat dibandingkan seperti yang tercantum pada tabel 4.14.

Tabel 4.15: Komparasi Tingkat Efisiensi Biaya Distribusi

Kategori Produk	Tolak Ukur Tingkat Efisiensi	Analisis Rata-rata Prosentase (Kebijaks. Perush)	Keterangan	Analisis <i>Geometric Mean</i>	Keterangan
Teh Botol Sosro	419,26%	438,09%	Efisien	445,71%	Efisien

Sumber data: Tabel 4.13

4.3 Pembahasan Hasil Penelitian

Pada tabel 4.9 dapat diketahui besarnya biaya distribusi masing-masing fungsi distribusi setelah adanya pengalokasian biaya tak langsung terhadap biaya langsung, yakni pada fungsi penjualan serta administrasi dan umum. Biaya distribusi tersebut akan digunakan untuk perencanaan biaya distribusi pada semester 2 tahun 2002.

Hasil perhitungan menunjukkan bahwa biaya distribusi menurut analisis *geometric mean* sebesar Rp.106.232.385,00. Sedangkan menurut analisis kebijakan perusahaan sebesar Rp.108.079.794,00. Dari kedua data tersebut dapat kita bandingkan bahwa perencanaan biaya distribusi menurut analisis

UNIVERSITAS JEMBER





V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan didapatkan hasil dan informasi bagi PT. Dharma Mulia Kencono cabang Jember mengenai perencanaan biaya distribusi untuk teh botol Sosro semester 2 tahun 2002 seperti berikut ini.

1. Perkiraan anggaran penjualan

Hasil perhitungan menunjukkan bahwa anggaran penjualan untuk teh botol Sosro semester 2 tahun 2002 adalah sebesar Rp.812.630.027,00 dengan unit penjualan sebesar 44.802krat dan harga jual Rp.17.000,00.

2. Perhitungan perencanaan biaya distribusi

Hasil perhitungan perencanaan biaya distribusi semester 2 tahun 2002 menunjukkan bahwa kebutuhan biaya distribusi adalah sebagai berikut:

- a. berdasarkan analisis rata-rata prosentase dari tingkat penjualan (menurut kebijaksanaan perusahaan) diperoleh perencanaan biaya distribusi sebesar Rp.108.179.794,00 dimana biaya penjualan sebesar Rp.82.075.633,00 serta biaya administrasi dan umum sebesar Rp.26.004.161,00;
- b. berdasarkan analisis *geomertic mean* diperoleh biaya distribusi sebesar Rp.106.232.385,00 dimana biaya penjualan sebesar Rp.81.177.659,00 serta biaya administrasi dan umum sebesar Rp.25.054.726,00.

Berdasarkan kedua analisis tersebut diperoleh selisih biaya distribusi sebesar Rp.108.079.794,00 – Rp. 106.232.385,00 = Rp. 1.847.409,00 dengan perincian:

- i. Selisih biaya penjualan sebesar Rp.897.974,00
- ii. Selisih biaya administrasi dan umum Rp. 949.435,00.

3. Mengukur tingkat efisiensi perencanaan biaya distribusi

Berdasarkan perhitungan tingkat efisiensi perencanaan biaya distribusi semester 2 tahun 2002, menurut analisis kebijaksanaan perusahaan maupun analisis *geometric mean* diperoleh kesimpulan bahwa berdasarkan tolak ukur rata-rata efisiensi biaya distribusi data historis sebesar 419,26%.

DAFTAR PUSTAKA

- Adisaputro, Gunawan dan Marwan asri. 1994. **Anggaran Perusahaan**, Edisi revisi. Yogyakarta: BPFE-UGM.
- Dajan, Anton. 1993. **Pengantar Metode Statistik**, Jilid I. Jakarta: Penerbit LP3ES.
- Hongren, Charles T. 1993. **Akuntansi Biaya Edisi bahasa Indonesia**, Jilid 2. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Mulyadi. 1996. **Akuntansi biaya**. Yogyakarta: Penerbit STIE YKPN.
- Swasta, Basu. 1993. **Manajemen Penjualan**, Edisi 3. Yogyakarta: Penerbit BPFE-UGM
- Swastha, Basu dan Irawan. 1990. **Manajemen Pemasaran Modern**. Yogyakarta: Penerbit Liberty
- Welsch, Gleen A. 1996. **Anggaran Perencanaan dan Pengendalian Laba Edisi Bahasa Indonesia**, buku 1. Jakarta: Salemba Empat.

Lampiran 2: Perhitungan Pengalokasian Gaji Unit Manajer dan Tunjangan Penjualan ke Jumlah Karyawan Masing-masing Fungsi Distribusi

$$\text{Dasar Alokasi Gaji Unit Manajer} = \frac{\text{Gaji Unit Manajer}}{\text{Jumlah Karyawan}}$$

Tahun 1999:

◆ Semester 1

$$\text{Dasar Alokasi} = \frac{1.750.000}{18} = 97.222,22$$

	18	
Fungsi penjualan	11 x 97.222	= Rp. 1.069.444,00
Fungsi administrasi dan umum	7 x 97,222	= <u>Rp. 680,556,00</u> +
		Rp. 1.750.000,00

◆ Semester 2

$$\text{Dasar Alokasi} = \frac{1.750.000}{18} = 97.222,22$$

	18	
Fungsi penjualan	11 x 97.222	= Rp. 1.069.444,00
Fungsi administrasi dan umum	7 x 97.222	= <u>Rp. 680.556,00</u> +
		Rp. 1.750.000,00

Tahun 2000 :

◆ Semester 1

$$\text{Dasar Alokasi} = \frac{2.000.000}{18} = 111.111$$

	18	
Fungsi penjualan	11 x 111.111	= Rp. 1.222.222,00
Fungsi administrasi dan umum	7 x 111.111	= <u>Rp. 777.778,00</u> +
		Rp 2.000.000,00

◆ Semester 2

$$\text{Dasar Alokasi} = \frac{2.000.000}{18} = 111.111$$

	18	
Fungsi penjualan	11 x 111.111	= Rp. 1.222.222,00
Fungsi administrasi dan umum	7 x 111,111	= <u>Rp. 777.778,00</u> +
		Rp. 2.000.000,00

Lampiran 3: Perhitungan Biaya Distribusi The Botol Sosro Untuk Fungsi

Penjualan Tahun 1999 s/d Semester 2 Tahun 2002 Tahun 2002

Tahun	Semester	Persentase	Fungsi Penjualan	Fungsi Penjualan Untuk Teh Botol Sosro
1999	1	60%	41.787.630	25.072.578
	2	60%	60.143.498	36.086.099
2000	1	60%	73.632.650	44.179.590
	2	60%	86.177.602	51.706.561
2001	1	60%	98.142.600	58.885.560
	2	60%	109.551.464	65.730.878
2002	1	60%	116.836.008	70.101.605

Sumber data: Tabel 4.9 diolah

Lampiran 5: Perhitungan Biaya Distribusi Teh Botol Sosro Cabang Jember
Tahun 1999 s/d Semester 2 Tahun 2002

Tahun	Semester	Fungsi Penjualan	Fungsi Adm & Umum	Biaya Distribusi
1999	1	25.072.578	7.124.087	32.196.665
	2	36.086.099	10.732.846	46.818.945
2000	1	44.179.590	13.937.377	58.116.967
	2	51.706.561	17.879.657	69.586.218
2001	1	58.885.560	19.248.901	78.134.461
	2	65.730.878	20.544.215	86.275.093
2002	1	70.101.605	21.396.008	91.497.613

Sumber data: Lampiran 3 dan 4 diolah

Lampiran 7: Perhitungan Biaya Administrasi dan Umum Menurut Analisis
Geometric Mean Semester 2 Tahun 2002

Tahun	Semester	Biaya Administrasi dan Umum
1999	1	7.124.087
	2	10.732.846
2000	1	13.937.377
	2	17.879.657
2001	1	19.248.901
	2	20.544.215
2002	1	21.396.008

Sumber data: Tabel 4.9

$$n = 7$$

$$X_n = 21.396.008$$

$$X_o = 7.124.087$$

$$\begin{aligned} GM &= \sqrt[n]{\frac{X_n}{X_o}} \\ &= 1/7 (0,47760) \\ &= 0,06823 \\ &= \sqrt[7]{3,0033} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Log GM} &= \frac{1}{7} \log 3,0033 \\ &= 1,171 \end{aligned}$$

Jadi biaya administrasi dan umum untuk semester 2 tahun 2002 adalah

$$1,171 \times \text{Rp. } 21.396.008,00 = \text{Rp. } 25.054.726,00$$

Lampiran 9: Perhitungan Alokasi Biaya Distribusi Untuk Fungsi Administrasi dan Umum Menurut Kebijakan Perusahaan

Tahun	Semester	Tingkat Penjualan c	Fungsi Adm & Umum d	Prosentase $e = d/c$
1999	1	311.180.000	7.124.087	0,023
	2	315.180.000	10.732.846	0,034
2000	1	385.200.000	13.937.377	0,036
	2	483.948.000	17.879.657	0,037
2001	1	610.660.800	19.248.901	0,032
	2	635.760.000	20.544.215	0,032
2002	1	753.491.000	21.396.008	0,028

Sumber data: Tabel 4.1 dan lampiran 4 diolah

Dari tabel diatas maka prosentase rata-rata penggunaan biaya distribusi fungsi administrasi dan umum adalah:

$$= \frac{0,023 + 0,034 + 0,036 + 0,037 + 0,032 + 0,032 + 0,028}{7}$$

7

$$= \frac{0,222}{7}$$

7

$$= 0,032$$

Lampiran 10: Perhitungan Biaya Distribusi Teh Botol Sosro
Untuk Masing-masing Distribusi

Biaya distribusi teh botol Sosro	= Biaya penjualan + Biaya administrasi & umum
Biaya penjualan	= $0,101 \times 812.630.027 = 82.075.633$
Biaya administrasi & umum	= $0,032 \times 812.630.027 = \underline{26.004.161} +$
Total	108.079.794

Sumber data: Tabel 4.4, lampiran 8,9 diolah

Lampiran 11: Perkembangan Harga Pokok Penjualan Semester 2 Tahun 2002

Tahun	Semester	Volume Penjualan	HPP Per krat (Rp)	Total HPP (Rp)
1999	1	30.239	7.450	225.280.550
	2	30.600	7.450	227.970.000
2000	1	32.100	7.675	246.367.500
	2	40.329	7.675	309.525.075
2001	1	42.407	7.800	330.774.600
	2	44.150	7.800	344.370.000
2002	1	44.323	8.350	370.097.050

Sumber data: Tabel 4.1 dan 4.3

Jember, 25 Agustus 2002

Imam Budi Iworo
Manager