

TUGAS AKHIR

**ANALISIS EFISIENSI DISTRIBUSI PEMASARAN
DENGAN MENGGUNAKAN PENDEKATAN
DATA ENVELOPMENT ANALYSIS (DEA)
(Studi kasus pada PT. Aksara SoloPos di Solo)**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Teknik Industri Jurusan Teknik Industri
Universitas Muhammadiyah Surakarta



Disusun Oleh :

ATIROTUL MISKI

D 600 040 069

**JURUSAN TEKNIK INDUSTRI FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2008

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan dunia usaha dewasa ini semakin pesat, baik dalam jenis usaha perdagangan, industri, jasa maupun media massa. Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk mampu bersaing dengan perusahaan lain yang sejenis, dengan sumber daya ekonomi yang dimiliki, sehingga perlu adanya manajemen yang baik agar dapat bekerja secara efektif dan efisien untuk mendapatkan laba yang maksimal. Setiap produsen menghendaki adanya peningkatan penjualan dan pendapatan. Bila mereka menghendaki penjualan hasil produknya berhasil, para produsen harus ber peran aktif dalam proses distribusi, dari distributor sampai ke tangan konsumen. Oleh karena itu, produsen hendaknya dapat meningkatkan efisiensi dari setiap wilayah distribusi pemasarannya agar dapat mencapai target pasar yang telah ditentukan. Bila suatu perusahaan memiliki suatu sistem saluran distribusi yang cukup potensial maka perusahaan itu akan dapat menguasai pasar, karena hasil produksi perusahaan tersebut dapat menyebar secara luas.

Begitu juga halnya dengan PT. Aksara SoloPos yang menggunakan sistem saluran distribusi yang relatif hampir sama di setiap wilayah distribusinya. Harian umum SoloPos ini terbit dalam edisi harian yang membidik segmen pasar dari semua kalangan, sehingga efektifitas dan efisiensi hasil pendistribusian produknya yang bekerjasama dengan agen-agen merupakan hal yang sangat penting untuk diperhatikan.

Dalam proses pendistribusian harian umum SoloPos memiliki perolehan laba yang bervariasi, karena setiap saluran distribusi memiliki volume penjualan yang berbeda. Hal ini menyebabkan perolehan laba dari perusahaan kurang optimal dan perlu adanya penentuan saluran distribusi yang paling efektif yaitu yang memiliki volume penjualan paling tinggi dengan pencapaian laba yang optimal, sehingga nantinya bisa dijadikan sebagai acuan untuk memperbaiki saluran wilayah distribusi yang tidak efisien menjadi efisien.

Untuk masalah tersebut di atas, maka dalam penelitian ini digunakan metode *Data Envelopment Analysis* (DEA). DEA adalah sebuah pendekatan non parametrik yang pada dasarnya merupakan teknik berbasis *linear programming*. DEA bekerja dengan langkah identifikasi unit yang akan dievaluasi, *input* yang dibutuhkan serta *output* yang dihasilkan unit tersebut. Berdasarkan hal tersebut maka akan dapat diketahui daerah distribusi mana yang seharusnya bisa lebih ditingkatkan efisiensinya, dan cara atau langkah apa saja yang dapat ditempuh.

Sehingga diharapkan dengan adanya penelitian ini, perusahaan dapat mengetahui faktor *input* dan *output* apa saja yang mempengaruhi efisiensi daerah distribusi pemasaran, evaluasi tingkat efisiensi dari daerah distribusi pemasaran selama ini dan perencanaan strategi perbaikan guna menjadikan daerah distribusi yang tidak efisien menjadi efisien dengan mengacu pada daerah distribusi yang sudah efisien.

1.2 Perumusan Masalah

Permasalahan yang dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana tingkat efisiensi dari daerah saluran distribusi pemasaran harian umum SoloPos?
2. Daerah saluran distribusi mana yang memiliki tingkat efisiensi paling tinggi dibandingkan daerah saluran distribusi lainnya?

1.3 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah dari penelitian ini adalah:

1. Penelitian ini dilakukan di PT. Aksara SoloPos.
2. Pengukuran efisiensi yang dilakukan adalah pengukuran efisiensi yang menyangkut beberapa *input-output* distribusi pemasaran.
3. Data yang diolah adalah data sekunder yang didapatkan dari perusahaan selama periode bulan Januari sampai bulan Juni 2008.

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan:

1. Untuk mengetahui dan mengevaluasi tingkat efisiensi masing-masing daerah distribusi pemasaran.
2. Mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi performansi (tingkat efisiensi) daerah distribusi pemasaran.
3. Menentukan strategi pemasaran bagi daerah distribusi pemasaran yang inefisien.

4. Memberikan masukan pada perusahaan dalam menentukan daerah saluran distribusi pemasaran yang tepat untuk perusahaan.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diperoleh dengan melakukan penelitian adalah:

1. Mengetahui dan mempelajari pengukuran serta perbaikan tingkat efisiensi dari suatu distribusi pemasaran.
2. Dapat mengetahui masalah-masalah yang timbul dalam suatu pendistribusian produk.
3. Perusahaan mengetahui performansi tiap-tiap daerah distribusi pemasaran sebagai informasi daerah distribusi pemasaran mana yang paling efisien.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan yang digunakan dalam penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi tentang uraian teori-teori yang mendasari penelitian ini yaitu teori yang berkaitan dengan metode *Data Envelopment*

Analysis (DEA), serta referensi-referensi lain yang digunakan dalam penyelesaian masalah dalam penelitian ini.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi tahapan-tahapan secara terstruktur dan detail yang harus dilakukan dalam memecahkan permasalahan untuk mencapai tujuan penelitian.

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Bab ini berisi data-data yang diperlukan untuk memecahkan masalah dan pengolahan terhadap data-data yang sudah dikumpulkan. Bab ini juga berisi analisa dan interpretasi berdasarkan hasil pengolahan data yang telah dilakukan. Hasil analisa ini akan dapat digunakan untuk menetapkan kebijakan yang berkaitan dengan saluran distribusi pemasaran.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan atas hasil yang telah diperoleh dan saran-saran yang akan diberikan kepada perusahaan.