

BAB V

SISTEM INFORMASI AKUNTANSI DISTRIBUTOR

Kunci keberhasilan suatu perusahaan seringkali ditandai dengan penguasaan distribusi produk. Keberhasilan suatu bisnis tergantung pada volume produk yang diproduksi. Semakin tinggi penjualan, semakin besar kemungkinan untuk bertahan dalam bisnis. Untuk meningkatkan penjualan, perlu meningkatkan kualitas produk dan memotivasi para distributor untuk menawarkan produk kepada konsumen. Tidak hanya itu, untuk meningkatkan penjualan, perusahaan perlu memiliki saluran distribusi yang baik agar barang dapat didistribusikan dengan lebih cepat, mudah, dan dalam jumlah banyak.

Distributor dapat menjadi alat bagi perusahaan untuk mendapatkan reaksi konsumen di pasar. Semakin proaktif distributor mengumpulkan pendapat dan komentar konsumen tentang suatu produk, maka semakin banyak keuntungan yang dapat dinikmati oleh produsen produk tersebut. Peluang perusahaan untuk mengembangkan produk sesuai dengan keinginan konsumen juga semakin besar. Beberapa faktor harus dipertimbangkan dalam menentukan metode distribusi yang akan digunakan perusahaan untuk mendistribusikan produknya yaitu jenis produk, kapasitas perusahaan, dan sebagainya. Hal ini akan membuat operasi distribusi lebih efisien dan tingkat penjualan semakin maksimal.

Peningkatan volume penjualan dapat mempengaruhi keuntungan yang maksimal. Profit mencerminkan keberhasilan bisnis dan dapat mendukung profitabilitas suatu bisnis. Tidak mudah bagi sebuah perusahaan untuk mendapatkan keuntungan maksimal karena beberapa faktor pemasaran. Salah satunya adalah faktor persaingan. Adanya persaingan berarti kegiatan pelaku usaha harus berkompetisi terkait pemasaran dalam meningkatkan penjualan karena penjualan merupakan penghubung antara produsen dan konsumen.

A. Pengertian Distributor

Jangkauan kegiatan bisnis sangat luas. Namun secara fundamental, kegiatan usaha meliputi produksi, distribusi dan konsumsi. Kegiatan ini memiliki teorinya masing-masing. Salah satunya adalah distribusi, artinya pemindahan produk atau jasa dari penjual ke pembeli.¹⁷

Dalam kamus besar Bahasa Indonesia, distributif berarti penyaluran, pembagian, mengantarkan barang kepada konsumen dan berbagai lokasi.¹⁸

Untuk memudahkan konsumen mendapatkan produk yang mereka butuhkan. Distribusi berperan penting dalam memaksimalkan penjualan hingga mencapai target. Dengan berhasilnya suatu pendistribusian maka tercapailah tujuan dari perusahaan.

Dalam aktivitas distribusi, ada topik yang disebut distributor. Distributor adalah orang perseorangan atau organisasi yang ikut serta dalam pendistribusian, disebut juga sebagai pedagang (produsen) yang secara langsung membeli atau menerima barang.

Sebagai bagian dari pemasaran dan penjualan produk, distributor membeli produk dari produsen. Dengan membeli atau menjual, kepemilikan barang dialihkan kepada distributor. Produk mereka dijual kembali ke konsumen. Distributor adalah pedagang atau *broker*. Distributor merupakan orang perseorangan atau organisasi yang membeli atau menjual barang dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan tanpa mengubah bentuk atau tanggung jawabnya. Pedagang ini dapat dibagi menjadi grosir dan pengecer. Distributor berhak mengatur keuntungan sesuai keinginannya. Namun, pedagang tidak diperbolehkan melakukan kecurangan yang dapat merugikan pembeli.

¹⁷ M. Manullang, *Pengantar Bisnis*, (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2008), hlm. 14

¹⁸ Kamus Besar Bahasa Indonesia

B. Jenis Distribusi

Dalam pendistribusian barang dari produsen ke konsumen, perusahaan perlu memiliki strategi distribusi yang baik agar pendistribusian barang ke konsumen jauh lebih efisien dan efektif.

Strategi yang diterapkan dalam distribusi, diantaranya adalah¹⁹

a. Distribusi *Intensi*

Jenis distribusi ini dicapai dengan mengirimkan produk ke pengecer sebanyak mungkin. Misalnya, minuman dingin membutuhkan sedikit usaha untuk menjualnya.

Contoh: Coca-Cola menggunakan distribusi terpusat untuk mendistribusikan makanan dan minuman. Perusahaan mendistribusikan produknya ke semua toko konsumen, supermarket, pasar, dan lainnya

b. Distribusi *Eksklusif*

Penjualan *eksklusif* dilakukan oleh produsen melalui kontrak dengan pengecer, yaitu menjual produk melalui pameran khusus. Contoh penjualan eksklusivitas adalah kesepakatan antara *Apple* dan AT&T untuk menjual produk iPhone di Amerika Serikat.

Strategi distribusi ini cocok sekali dengan produk eksklusif yang sangat diminati dan dinanti masyarakat, seperti *iPhone*.

c. Distribusi Selektif

Yang mana terletak antara distribusi terpusat serta distribusi kepemilikan. Distribusi ini dilaksanakan dengan mendistribusikan produk ke beberapa lokasi, tetapi tidak sebanyak distribusi terpusat.

Misalnya, pakaian selebriti dipilih dengan cermat sebagai merek pakaian eksklusif. Selain di tokonya sendiri,

¹⁹ Sudaryono, Manajemen Pemasaran Teori & Implementasi, (Yogyakarta: C.V Andi Offset, 2016), hlm. 222

kita juga bisa menemukan produk brand eksklusif di berbagai toko pakaian lainnya.

Dalam proses distribusi, setelah produk diproduksi oleh produsen, biasanya produk tersebut sudah siap untuk dipasarkan. Langkah ini juga dikenal sebagai proses pemasaran. Proses pemasaran adalah cara yang digunakan untuk mendistribusikan suatu produk ke pasar. Dimana saluran distribusi merupakan saluran yang digunakan pelaku usaha guna mengirimkan produk atau barang dagangan ke konsumen.

Pemilihan saluran distribusi harus dilakukan dengan cara yang tepat dan efisien untuk mendistribusikan lindung nilai hasil. Keputusan distribusi perusahaan menentukan bagaimana produk yang diproduksinya sampai ke pelanggannya. Perusahaan harus meningkatkan strategi guna meyakinkan bahwa produk mereka dikirim ke pelanggan mereka di tempat yang tepat.

Ada beberapa jenis saluran distribusi meliputi :

1. Saluran Langsung

Ketika produsen berhubungan dan bertransaksi langsung dengan konsumen yang kemudian memberikan informasi terkait tata cara pemesanan produk secara langsung. Sehingga situasi ini dikenal sebagai saluran langsung. Saluran secara langsung juga dapat dipahami sebagai pengiriman langsung tanpa perantara atau pihak ketiga.

Misalnya, produk perusahaan diiklankan dalam katalog dan konsumen memesan produk ini langsung dari perusahaan pengiklan tanpa melalui perantara.

Dengan saluran langsung ini, produsen memiliki beberapa kelebihan dan kekurangan.

Kelebihan saluran langsung adalah :

- a. terdapat perbedaan yang jelas antara biaya produksi dengan harga yang dibayarkan konsumen kepada produsen.
- b. Informasi produk dapat diperoleh dengan mudah oleh produsen.

Saluran langsung juga memiliki beberapa kekurangan, antara lain:

- a. Produsen membutuhkan lebih banyak *staf*.
- b. Produsen mungkin harus menjual produk pada toko fisik.
- c. Biaya yang dikeluarkan relatif besar.

2. Saluran Satu-Tingkat

Saluran tingkat tunggal adalah mediator pemasaran antara produsen dan konsumen. Sehingga dapat disimpulkan bahwa saluran satu tingkat adalah penyaluran melibatkan pihak lain yaitu pengecer atau pedagang grosir dalam pendistribusiannya kepada pelanggan.

Sebagai contoh, pedagang grosir yang membeli produk secara borongan dan menjual secara eceran kepada pelanggan.

3. Saluran Dua-Tingkat

Saluran dua tingkat, yaitu saluran dengan dua perantara antara produsen dan konsumen. Contoh, ketika produsen menjual barang kepada pedagang grosir untuk menjual kepada konsumen, pedagang grosir tidak langsung menjual kepada konsumen, melainkan pedagang grosir menjualnya ke pengecer terlebih dahulu, kemudian dari pengecer baru dijual ke konsumen.

C. Tujuan dan Fungsi Distribusi

Adapun tujuan dari distributor tersebut, antara lain :

- a. Menyediakan barang dan jasa dari produsen ke konsumen.
- b. Mempercepat pengiriman ke konsumen.
- c. Terjadinya pemerataan produksi.
- d. Menjaga kesinambungan produksi.
- e. Meningkatkan kualitas serta kuantitas produksi.
- f. Meningkatkan nilai guna produk dan jasa.

Terdapat dua fungsi distributor, yaitu fungsi utama dan fungsi pelengkap.²⁰

1. Fungsi Utama, adalah sebagai berikut :

a. Pengangkutan (Transportasi)

Secara umum, tempat produksi berbeda dengan tempat konsumsi. Perbedaan *eksistensial* ini harus diatasi dengan operasi transportasi. Seiring berkembangnya jumlah penduduk dan kemajuan teknologi, begitu pula kebutuhan manusia. Akibatnya jumlah produk yang akan didistribusikan menjadi banyak dan diperlukan sarana transportasi (angkutan kendaraan) untuk mengangkut produk yang didistribusikan ke konsumen.

b. Penjualan (*Selling*)

Dalam pemasaran produk, produsen selalu melakukan kegiatan penjualan. Pengalihan hak dari produsen kepada konsumen dapat dilakukan melalui penjualan. Penjualan memungkinkan konsumen untuk menggunakan produk tersebut.

c. Pembelian (*Buying*)

Setiap ada penjualan pasti ada pembelian. Ketika suatu produk dijual oleh produsen, pembelian produk dilakukan oleh orang yang menginginkannya.

d. Penyimpanan (*Storing*)

Sebelum barang didistribusikan ke konsumen, biasanya disimpan terlebih dahulu. Penyimpanan (storage) diperlukan untuk menjamin kelangsungan, keamanan dan keutuhan produk.

²⁰ Sofjan Assauri, "*Manajemen Pemasaran*", (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2015), hlm. 20-25

e. Pembakuan Standar Kualitas Barang

Dalam setiap transaksi, banyak penjual dan pembeli yang masih menuntut kualitas, jenis dan ukuran barang yang diperdagangkan. Oleh karena itu, jenis, ukuran, dan kualitas barang yang diperdagangkan harus dibakukan agar barang yang diperdagangkan atau diedarkan sesuai dengan harapannya.

f. Penanggung Resiko

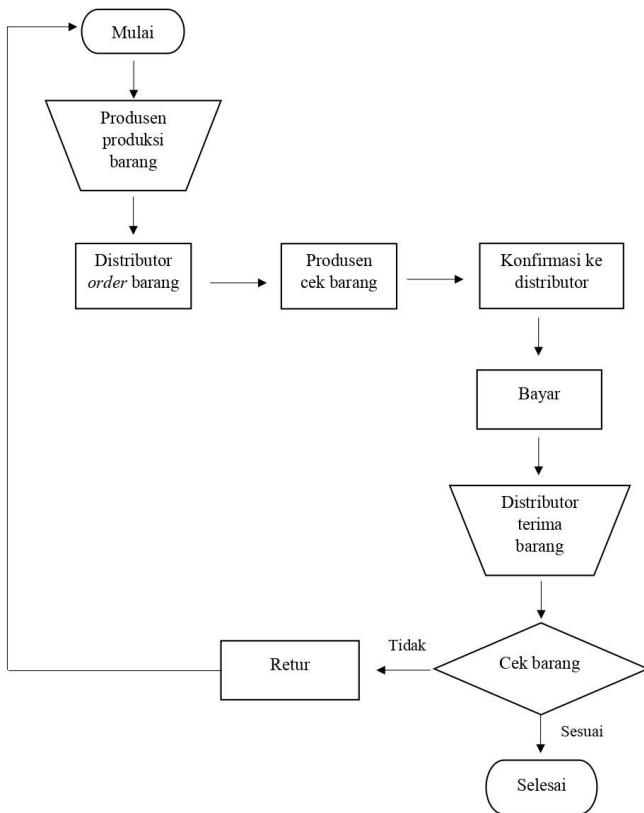
Dimana distributor menanggung risiko kerusakan produk dan devaluasi.

2. Fungsi Tambahan Distribusi diantaranya ialah:

- a. Menyeleksi, memilah barang sesuai pilihan. Memisahkan antara yang layak dan tidak layak didistribusikan.
- b. Barang dagangan harus dikemas dengan benar untuk mencegah kerusakan atau kehilangan selama distribusi.
- c. Menyediakan Informasi untuk memaksimalkan kepuasan konsumen. Dimana produsen mungkin akan memberikan informasi yang relevan kepada perwakilan lokal atau konsumen yang membutuhkan sebuah informasi tersebut. Yang mana, informasi yang paling relevan adalah melalui iklan.

D. Sistem Informasi Akuntansi Pembelian

Berikut disajikan diagram alir proses pembelian distributor :



Gambar 2. SIA Pembelian Distributor

Keterangan :

Pada sistem informasi akuntansi pembelian dimana seorang distributor memulai dengan mencari produsen yang memproduksi barang yang dicari, misalnya produk kaos. Setelah menemukan produsen kaos yang tepat dari segi harga, kualitas serta pelayanan. Kemudian distributor memesan produk secara grosir ke produsen tersebut. Karena pembelian barang secara grosir maka harga yang diberikan juga berbeda dengan harga untuk pembeli eceran.

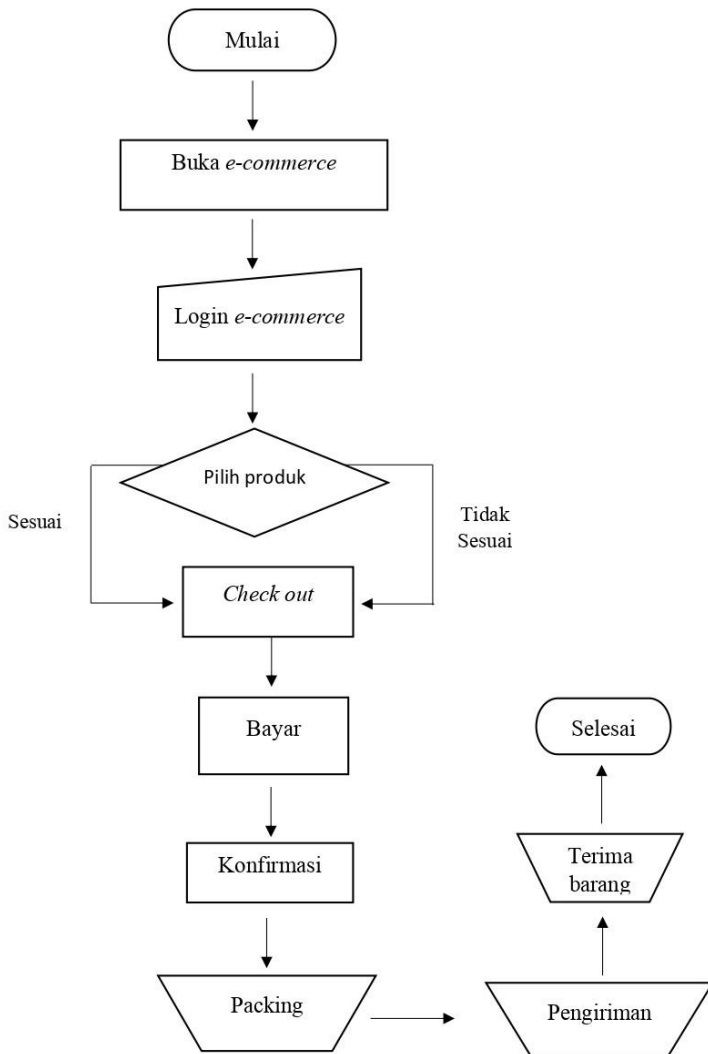
Setelah menerima pesanan dari distributor, seorang produsen memeriksa kembali pesanan tersebut dengan melihat stok barang yang ada. Apabila stok yang dipesan sudah lengkap, produsen mengkonfirmasi kepada distributor untuk melanjutkan ke proses pengiriman.

Setelah menerima konfirmasi terkait stok ataupun kuantitas barang, kemudian distributor melakukan pembayaran guna melanjutkan pengiriman pesanan tersebut. Karena ini merupakan transaksi jual beli *online* maka pembelian suatu barang harus dibayar diawal untuk menghindari penipuan.

Pembayaran telah dilakukan oleh distributor dan produsen mengirimkan barang pesanan ke alamat tujuan distributor. Setelah barang diterima, pihak distributor akan mengecek ulang terkait kondisi barang yang diterima. Jika terdapat produk yang tidak sesuai dengan pesanan maka distributor berhak melakukan pengembalian barang kepada distributor dengan melakukan langkah-langkah awal lagi. Namun, apabila tidak ada kecacatan dalam produk yang dipesan, maka proses pembelian sudah selesai.

E. Sistem Informasi Akuntansi Penjualan

Berikut disajikan diagram alir proses penjualan distributor :



Gambar 3. SIA Penjualan Distributor

Keterangan :

Pada sistem ini, penjualan distributor ditujukan kepada *reseller*, *dropshipper* maupun *customer*. Yang mana sebelumnya distributor telah memposting produk pada suatu toko *online* serta membuat katalog tentang produk yang dijual. Sehingga mudah diakses oleh para calon pembeli.

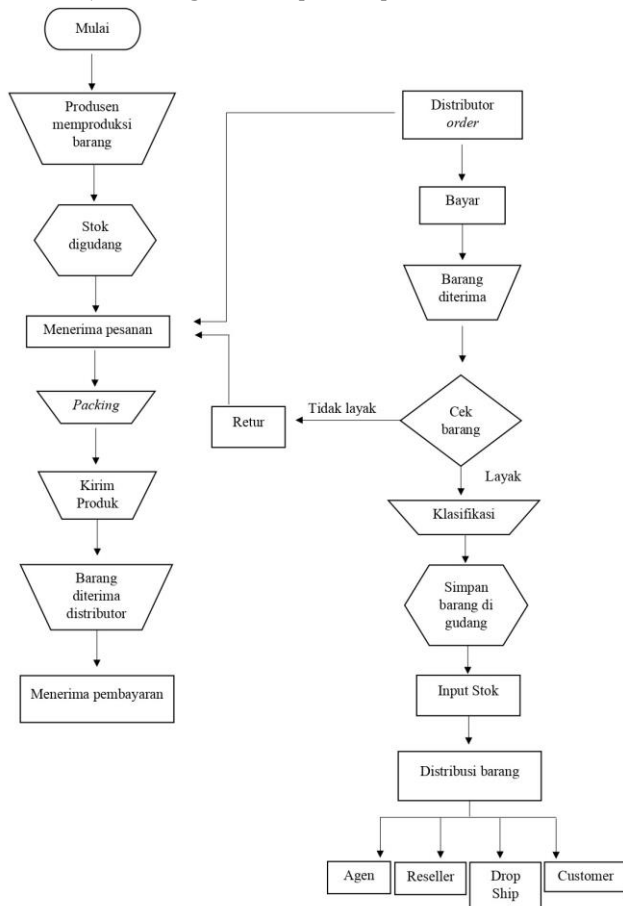
Penjualan dimulai oleh calon pembeli melalui telepon pintarnya. Kemudian membuka aplikasi toko *online* (*e-commerce*) dan *login* untuk masuk ke halaman *e-commerce* distributor. Setelah masuk pada toko *online* yang dicari, misalnya toko *online* bernama Ferha Clothes, yang mana menjual produk kaos. Setelah menemukannya, calon pembeli mencari model produk yang diinginkan dengan memilih warna, ukuran dan melihat dari segi harga. Apabila kriteria calon pembeli tidak sesuai maka ia dapat memilih ulang produk. Namun apabila produk pilihannya sudah sesuai maka ia dapat *men-check out* (mengeluarkan barang dari keranjang *online*).

Selanjutnya, calon pembeli melakukan pembayaran untuk melanjutkan transaksi dan mengkonfirmasi ke distributor. Setelah itu pihak distributor mengemas barang pesanan dan mengirimkan barang ke alamat pembeli. Barang telah dikirimkan oleh distributor dan tiba di tujuan pembeli. Maka proses transaksi penjualan distributor telah selesai.

F. Sistem Informasi Akuntansi Persediaan Barang

Mengingat bahwasannya distributor adalah penyalur barang/jasa, namun sebagai seorang distributor harus memiliki stok yang *ready* agar permintaan terkait produk tersebut terpenuhi. Distributor, adalah orang atau kelompok yang membeli produk dari produsen dan akan dijual ke pedagang lain atau ke konsumen langsung.

Berikut disajikan diagram alir proses pembelian distributor :



Gambar 4. SIA Persediaan Barang Distributor

Keterangan :

Pada sistem akuntansi persediaan barang distributor, dimulai dengan produsen langganan yang memproduksi barang dan menyimpan stok barang produksinya di dalam gudang. Dimana barang-barang tersebut merupakan barang yang siap dijualbelikan kepada distributor. Awalnya distributor melakukan pembelian barang dan melakukan pembayaran agar pesanan segera diproses oleh produsen .

Ketika barang sudah sampai tujuan, maka pembayaran distributor diterima oleh produsen. Yang kemudian distributor langsung mengecek terkait kondisi dari barang yang datang, apakah layak jual atau produk tidak layak jual. Apabila barang yang datang tidak layak maka distributor berhak melakukan pengembalian barang (*retur*) dan melakukan proses ulang *order*.

Namun jika barang yang datang layak untuk dijual dan sesuai permintaan, maka distributor akan memilah-milah dengan mengklasifikasikan barang sesuai dengan jenisnya. Yang kemudian disimpan didalam gudang. Dimana persediaan barang untuk diinput ke dalam sistem *e-commerce* dan siap untuk di distribusikan ke agen, *reseller*, *dropship* maupun langsung kepada *customer*.