

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN

A. Kesimpulan

Penelitian ini berhasil menguji hipotesis penelitian yang diajukan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif antara variabel Biaya Distribusi (X) dengan variabel Penjualan (Y) pada perusahaan manufaktur terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Artinya, semakin besar Biaya Distribusi yang dimiliki perusahaan maka akan semakin besar Penjualan suatu perusahaan. Dengan melakukan penelitian ini, peneliti mampu menarik pengertian mengenai penjualan dan biaya distribusi.

Penjualan merupakan pendapatan yang diterima oleh perusahaan sebagai akibat menjual barang atau memberi jasa kepada konsumen. Dalam laporan keuangan, penjualan dilambangkan dengan satuan mata uang. Dalam penelitian ini, digunakan satuan mata uang rupiah. Penjualan dalam penelitian ini adalah penjualan bersih.

Biaya distribusi merupakan biaya-biaya yang terjadi pada saat pengiriman barang atau jasa hingga sampai ke tangan konsumen. Biaya tersebut meliputi biaya pergudangan, pengiriman dan pengangkutan barang, biaya distribusi umum, dan biaya – biaya lain yang dikeluarkan pada saat pengiriman barang hingga sampai ke tangan konsumen. Akan tetapi, untuk keperluan penelitian dan perhitungan, biaya distribusi yang digunakan oleh peneliti meliputi biaya pengangkutan, pengiriman, dan transportasi.

Hasil pengujian hipotesis dengan uji koefisien korelasi product moment (r_{xy}) menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif antara Biaya Distribusi dengan Penjualan. Hal ini dilihat dari hasil perhitungan r_{xy} yang lebih besar dari nol yaitu sebesar 0.63. Selain itu, keberartian koefisien korelasi menunjukkan bahwa Biaya Distribusi memiliki hubungan yang signifikan dengan Penjualan. Hal ini dapat dilihat dari hasil perhitungan uji keberartian koefisien korelasi (t_{hitung}) sebesar 19.99 lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1.67.

Penelitian ini berhasil memperoleh bentuk hubungan yang terjadi antara Biaya Distribusi dengan Penjualan. Bentuk hubungan antara Variabel X dan Variabel Y tersebut adalah positif, artinya semakin besar Biaya Distribusi maka Penjualan akan semakin meningkat, dan sebaliknya jika Biaya Distribusi menurun, maka Penjualan akan menurun. Data Biaya Distribusi yang diperoleh dan Penjualan berbentuk linier dan berdistribusi normal. Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa Penjualan (Variabel Y) pada perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dapat ditentukan oleh Biaya Distribusi (Variabel X) sebesar 39.69%.

B. Implikasi

Biaya Distribusi ternyata mempunyai pengaruh terhadap Penjualan perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa apabila perusahaan mengeluarkan biaya untuk pendistribusian barangnya tinggi, maka jumlah penjualan perusahaan akan meningkat.

Implikasi dari penelitian ini adalah bahwa untuk lebih meningkatkan penjualan dapat dilakukan dengan cara meningkatkan biaya distribusi yang dimiliki

perusahaan, disamping faktor-faktor lain yang mempengaruhi Penjualan. Namun, tidak serta merta meningkatkan biaya distribusi. Keputusan untuk meningkatkan biaya distribusi harus dilakukan suatu perencanaan, pelaksanaan dan pengendalian yang benar. Karena apabila tidak terkoordinasi dengan baik, maka justru akan menimbulkan biaya distribusi yang tinggi tanpa mendatangkan penjualan yang potensial. Hal ini dikarenakan dalam penelitian ini difokuskan pada variabel biaya distribusi yang meliputi pengangkutan, pengiriman, dan transportasi, maka perusahaan harus dapat memperhatikan dan memilih sistem pengangkutan mana yang paling efisien yang dapat mengantarkan barang dagangan lebih cepat sehingga kegagalan dalam melakukan pemasokan barang tepat waktu dapat diminimalisir.

Banyak perusahaan yang menyatakan bahwa sasaran distribusi untuk meningkatkan penjualan adalah penyerahan barang yang tepat, pada tempat yang tepat, dan pada saat yang tepat dengan biaya yang rendah. Namun, sebenarnya tidak ada sistem distribusi yang secara simultan dapat memaksimalkan pelayanan dengan meminimalkan biaya distribusi. Biaya distribusi yang minimum mengandung arti transportasi yang murah. Dan hal itu justru akan membuat pendistribusian barang menjadi lebih lama.

Dengan demikian, ketepatan pemilihan sistem pengangkutan sesuai dengan saluran distribusi yang digunakan akan berpengaruh terhadap besarnya biaya distribusi yang dikeluarkan oleh perusahaan agar tingginya biaya distribusi yang telah direncanakan dapat menimbulkan penjualan yang tinggi.

C. Saran

Setelah menyimpulkan dan membuat implikasi dari penelitian yang dilakukan yang didukung hasil perhitungan dan teori-teori yang ada maka peneliti mencoba memberikan beberapa masukan untuk dapat menjadikan penelitian ini lebih bermanfaat, yaitu sebagai berikut:

Perusahaan harus lebih memperhatikan pada alokasi biaya yang akan digunakan untuk memperlancar atau meningkatkan penjualannya. Salah satunya faktor biaya distribusi. Sesuai dengan teori yang dibuktikan dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis dan penelitian sebelumnya, maka alokasi biaya distribusi yang cukup atau memadai akan dapat meningkatkan penjualan. Karena proses pendistribusian yang cepat akan membuat konsumen merasa puas dalam proses pelayanannya. Proses pendistribusian yang cepat membutuhkan biaya yang tinggi.

Perusahaan juga perlu mengadakan pengkajian yang lebih lanjut serta adanya pengawasan terhadap kegiatan pendistribusian agar tidak menimbulkan biaya yang tinggi tetapi tidak sebanding dengan penjualan yang terjadi.

Penelitian ini masih terbatas pada masalah hubungan antara biaya distribusi dengan penjualan pada perusahaan manufaktur, sehingga perlu diadakan penelitian lanjutan yang lebih mendalam pada hubungan antara faktor lain yang mempengaruhi penjualan dengan penjualan. Selain itu, penelitian ini hanya mengkaji hubungan antara dua variabel saja. Bagi penelitian selanjutnya sebaiknya meneliti lebih dari dua variabel untuk memperoleh hasil yang lebih kompleks mengenai hubungan antara beberapa faktor yang mempengaruhi penjualan.