

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Negara Indonesia sedang memperbaiki perekonomian yang sempat terpuruk karena dilanda krisis moneter beberapa tahun yang lalu. Banyak elemen–elemen perekonomian diantaranya usaha–usaha industri, pariwisata dan lain sebagainya sedikit demi sedikit saat ini mulai bangkit untuk kembali menggiatkan perekonomian di Indonesia. Perusahaan baru banyak yang muncul dengan inovasi produk yang baru dan juga banyak perusahaan yang pernah terpuruk karena terpengaruh oleh krisis tersebut mulai bangkit dan memulai merintis kembali bisnis atau usaha mereka.

Setiap perusahaan dalam menjalankan usahanya selalu berorientasi pada laba perusahaan. Produsen selaku penyedia barang dan jasa selalu berusaha agar produk yang dihasilkan diterima dan dikonsumsi oleh masyarakat kemudian akan meningkatkan aktivitas jual beli yang tentunya akan meningkatkan pendapatan perusahaan yang menghasilkan jasa atau produk tersebut.

Dalam menyalurkan produk mereka kepada konsumen perusahaan selaku penyedia barang atau jasa menggunakan banyak sarana dan cara agar konsumen mengenal dan mengetahui produk mereka dan mudah mendapatkan

produk tersebut. Berpromosi dengan gencar diikuti dengan mendistribusikan produk dengan cepat keseluruh pelosok tempat menjadi gambaran idealisme peluncuran sebuah produk. Banyak cara digunakan produsen dalam pendistribusian produk tergantung dari jenis dan kriteria produk tersebut. Apakah memerlukan distributor, agen, sub agen, pengecer atau bahkan harus melalui jaringan khusus dan penanganan khusus dalam penyaluran distribusinya. Juga tentang system pembayaran sebagai hasil dari penjualan produk tersebut untuk dapat sampai kepada produsen pastilah melalui jalur yang sama juga yaitu melibatkan komponen-komponen yang berhubungan dengan jalur distribusi barang. Sehingga dalam aktivitas menjual suatu produk selain berkepentingan dengan konsumen selaku pemakai produsen juga berkepentingan dengan saluran distribusinya yaitu agen-agen penjualan produknya.

Kelancaran distribusi dari produsen kepada konsumen dapat meningkatkan kepuasan konsumen terhadap ketersediaan produk. Sedangkan kelancaran pembayaran dari konsumen kepada produsen dapat menjaga kelangsungan operasional dalam menghasilkan produk, karena itu merupakan sumber pendapatan perusahaan. Dan dalam hal ini perusahaan lebih banyak berinteraksi kepada saluran distribusinya yaitu konsumen secara langsung yang berhubungan dengan pihak perusahaan penghasil barang dan jasa tersebut.

Pada perusahaan penerbitan/pers produk yang dihasilkan adalah barang dan jasa. Produk barangnya adalah koran yang dicetak dan produk jasanya adalah iklan yang menjadi salah satu isi dari koran tersebut selain berita/naskah. Konsumen yang berhubungan langsung dengan penerbit sebagian besar dan dominan adalah agen koran dan agen iklan meskipun ada pula konsumen yang langsung ke penerbit yaitu konsumen pemasang iklan langsung yang jumlahnya tidak begitu besar.

Dalam melaksanakan penjualan kepada konsumen perusahaan dapat melakukannya secara tunai ataupun secara kredit. Sudah barang tentu perusahaan akan lebih menyukai jika transaksi penjualan dapat dilakukan secara tunai karena perusahaan akan segera menerima kas dan kas tersebut dapat segera digunakan kembali untuk mendatangkan pendapatan selanjutnya. Dipihak lain konsumen umumnya lebih menyukai bila perusahaan dapat melakukan penjualan secara kredit karena pembayaran dapat ditunda. Dalam kenyataannya penjualan kredit pada kebanyakan perusahaan biasanya jauh lebih besar dari penjualan tunai. Penjualan kredit menimbulkan adanya piutang atau tagihan. Sebaliknya dari sisi konsumen yang melakukan pembelian, pembelian kredit tersebut menimbulkan kewajiban yaitu hutang dagang.

Pengaruh perilaku konsumen penerbit yaitu agen koran dan agen iklan dalam melaksanakan kewajiban terhadap penerbitpun juga tidak terlepas dari

pengaruh kelancaran pembayaran konsumen agen koran dan agen iklan sendiri yaitu pelanggan langsung ataupun sub agen dan pengecer (untuk produk koran) selain juga terpengaruh oleh factor-factor lain yang bersinggungan dengan aktivitas pembayaran kepada penerbit. Seperti rangsangan (rewards) yang diberikan oleh penerbit biasanya berbentuk diskon pembayaran kepada agen dan juga konsekuensi pelanggaran ketentuan (punishment) dari kesepakatan kedua belah pihak yang biasanya berupa penghentian pengiriman koran.

Selain itu juga factor seperti dari dalam seperti manajemen pembayaran/ pengelolaan uang secara keseluruhan dari agen dan juga itikad baik atau kesadaran akan kewajiban yang seharusnya mereka tunaikan kepada penerbit juga berpengaruh terhadap ketepatan dalam pemenuhan kewajiban tersebut.

Pada penerbit Koran harian umum Solopos yaitu PT Aksara Solopos konsumennya juga agen iklan dan agen koran keduanya menjadi mediator antara penerbit dan konsumen dalam penyediaan dan penggunaan produk barang dan jasa yang dihasilkan oleh penerbit. Dalam hal ini ada karakteristik tertentu yang dimiliki oleh sebagian besar agen dan membedakan kedua agen tersebut dimana agen iklan biasanya memiliki administrasi keagenan yang lebih bagus dibandingkan dengan agen koran yang kebanyakan memiliki

administrasi yang kurang mereka kelola dengan baik mengingat sumber daya yang dimiliki kedua agen tersebut memang berbeda selain itu agen koran memiliki karakteristik tertentu dalam menyelesaikan kewajibannya kepada penerbit.

Berdasarkan dari latar belakang masalah tersebut penulis mengambil judul **"ANALISA FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KECEPATAN PEMBAYARAN TAGIHAN AGEN KORAN KEPADA PENERBIT PT AKSARA SOLOPOS"**.

Dari latar belakang dan judul yang diambil dapat penulis uraikan perumusan masalahnya adalah sebagai berikut :

- a. Apakah Faktor-faktor seperti manajemen keagenan, sub agen dan pengecer serta *reward-punishment* dari penerbit mempengaruhi kecepatan pembayaran tagihan agen koran kepada penerbit ?
- b. Apakah faktor *reward-punishment* yang diterapkan oleh penerbit merupakan faktor paling dominan yang mempengaruhi kecepatan pembayaran tagihan agen koran kepada penerbit ?

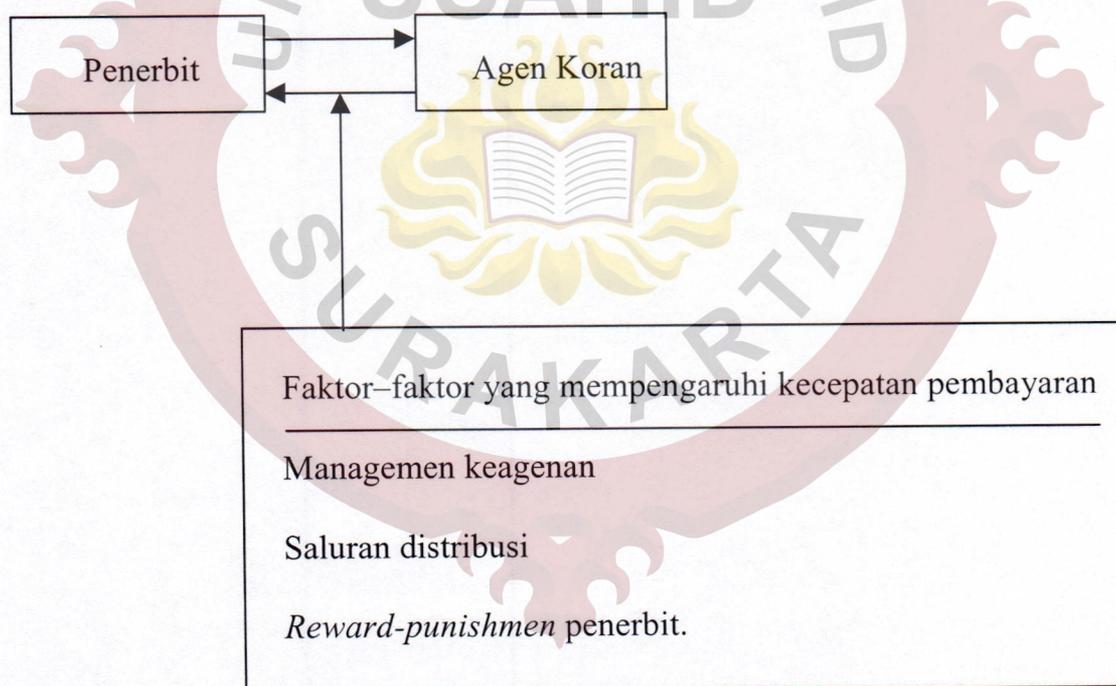
1.2 Tujuan Penelitian

Suatu kegiatan dilakukan karena mempunyai tujuan yang ingin dicapai (Agung Rahmadi Skripsi ; 2003) Dengan adanya tujuan yang jelas maka

kegiatan yang dilakukan akan lebih terarah. Adapun tujuan penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut :

- a. Untuk mengetahui apakah faktor–faktor seperti manajemen keagenan, sub agen dan pengecer, *reward-punishment* dari penerbit mempengaruhi kecepatan agen koran dalam menyelesaikan kewajiban kepada penerbit.
- b. Untuk mengetahui apakah faktor *reward-punishment* merupakan faktor yang paling dominan dalam menentukan kecepatan pembayaran agen koran kepada penerbit.

1.3. Kerangka Pemikiran.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran.

PT Aksara Solopos penerbit Harian Umum Solopos dalam memasarkan produknya tidak kepada konsumen/pembaca langsung akan tetapi menjual produknya kepada agen koran. Beberapa agen masih mempunyai jaringan kepanjangan agen seperti sub agen dan pengecer selain juga menjual secara langsung kepada pembaca.

Setelah penerbit mengirimkan/menjual produk koran kepada agen koran maka timbul kewajiban agen koran dalam membayar hutang/melunasi kewajiban tagihan pengiriman koran. Dalam menyelesaikan kewajiban pembayaran tersebut tidak semua agen dapat melaksanakan pembayaran tepat pada waktu yang telah ditetapkan oleh penerbit. Dalam hal ketepatan pembayaran tersebut agen koran dipengaruhi oleh faktor-faktor dari dalam seperti manajemen keagenan dan juga dipengaruhi oleh faktor-faktor dari luar seperti kelancaran pembayaran dari sub agen serta kebijakan penerbit.

1.4. Hipotesis

Dalam penelitian ini penulis mengemukakan hipotesis sebagai berikut :

1. Faktor-faktor seperti manajemen/pengelolaan agen, saluran distribusi, serta *reward-punishment* yang diberlakukan oleh penerbit merupakan faktor-faktor mempengaruhi kecepatan pembayaran agen koran kepada penerbit.

2. Faktor imbalan dan hukuman dari penerbit sebagai faktor yang paling dominan yang mempengaruhi kecepatan dalam pembayaran pada penerbit.

1.5. Manfaat Penelitian.

1. Bagi Penulis.

Sebagai tambahan wawasan pembuktian atas dugaan penulis dan penerapan ilmu yang diperoleh dari bangku kuliah ke dalam praktek yang ada pada perusahaan.

2. Bagi Universitas.

Sebagai landasan bagi penelitian yang akan datang pada bidang yang sama serta menambah khasanah khususnya di prodi Administrasi Bisnis.

3. Bagi Perusahaan.

Dapat membantu memberikan saran/pandangan tentang penentuan kebijakan lebih lanjut dalam usaha meningkatkan percepatan pembayaran keagenan, sehingga percepatan cashflow perusahaan meningkat.