

**HUBUNGAN KEWENANGAN DAN KEMITRAAN
TERHADAP EFEKTIFITAS SALURAN DISTRIBUSI BAHAN
BAKAR MINYAK TANAH
(STUDI KASUS : RAYON V PERTAMINA UPPDN IV
CABANG YOGYAKARTA)**



TESIS

*Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat guna memperoleh derajat
Sarjana S-2 Magister Manajemen Program Studi Magister Manajemen
Universitas Diponegoro*

Diajukan oleh :

**N a m a : Kusumowardani, ST
N I M : C4A099371**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCA SARJANA
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2001**



SERTIFIKAT

Saya, Kusumowardani, NIM C4A099371, yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan bahwa tesis yang saya ajukan ini adalah hasil karya saya sendiri yang belum pernah disampaikan untuk mendapatkan gelar pada program magister manajemen ini ataupun pada program lainnya. Karya ini adalah milik saya, karena itu pertanggungjawabannya sepenuhnya berada di pundak saya.

Kusumowardani
NIM C4A099371

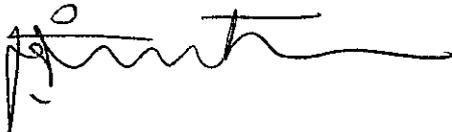
PENGESAHAN TESIS

Yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan bahwa tesis berjudul :

**HUBUNGAN KEWENANGAN DAN KEMITRAAN TERHADAP
EFEKTIFITAS SALURAN DISTRIBUSI BAHAN BAKAR
MINYAK TANAH
(STUDI KASUS : RAYON V PERTAMINA UPPDN IV
CABANG YOGYAKARTA)**

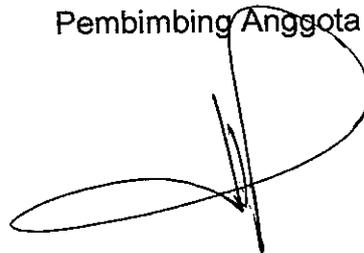
Yang disusun oleh Kusumowardani, NIM C4A099371
Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 5 Juni 2001
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima

Pembimbing Utama



Dr. Augusty TaE Ferdinand, MBA

Pembimbing Anggota



Drs. Susilo Toto R, MT

Semarang, 5 Juni 2001
Universitas Diponegoro
Program Pascasarjana
Program Studi Magister Manajemen
Program Pascasarjana Program



Prof.Dr. Suyudi Mangunwihardjo

PERSEMBAHAN

Tesis ini kupersembahkan untuk :
Bapak, ibu dan kakak-kakakku tercinta.

ABSTRACT

A Company has a main rule in promoting the growth of national economy. Recently, public and consumer seemed more and more critical in responding every problem and deviation which occurred in the channeling activity of petrol fuel and non petrol fuel. This is indicated by petrol and non petrol forgery cases in the region where UPPDN IV has responsibility. There are also complaints about unsatisfying service that is done by PERTAMINA officer or its partner HISWANA MIGAS (Himpunan Swasta Nasional Minyak dan Gas Bumi Negara). Lately, this distribution problem has become the topic of interesting discussion in relation to the economic crisis that has lasted for three years. This distribution problem was exposed due to disturbance in the distribution of a number of commodity in time after the riot of May 13-14, 1998. One of the impact that can occurred whenever a problem exists in the management petrol of distribution, is the possibility of social unrest which is caused by the scarcity of petrol in a given region. The aim of this research is to understand the impact of the authority held by PERTAMINA and the partnership on the effectiveness distribution channel so that product can arrive to the consumer quickly, rightly, and completely.

This research has been analyzed to find the impact of the power and partnerships toward the effectiveness distribution channel. The number of sample taken in this research is 100 responden.

The technique of the analysis is using Structural Equation Model (SEM) that is used to examine two hypothesis that has been developed. The result of the examination shows the positive impact between power toward distribution channel efektiviti and partnerships toward effectiveness of distribution channel

The acceptable test for signification test model have done by testing goodness of fit that is GFI (Goodness of Fit Index), AGFI (Adjusted Goodness of Fit Index), RMSEA (Root Mean Square Error of Approximation), TLI (Tucker Lewis Index).

ABSTRAKSI

Perusahaan adalah merupakan salah satu pelaku perekonomian bangsa yang merupakan peranan penting dalam pertumbuhan ekonomi nasional. Pada akhir-akhir ini masyarakat dan konsumen tampak semakin kritis dalam menanggapi setiap permasalahan atau penyimpangan yang terjadi dalam kegiatan penyaluran BBM dan Non BBM, hal ini ditandai dengan pemberitaan di media massa tentang adanya kasus-kasus pemalsuan BBM dan Non BBM yang marak dalam wilayah kerja UPPDN IV serta pelayanan yang kurang memuaskan oleh petugas PERTAMINA atau mitra kerja /Hiswana Migas (Himpunan Swasta Nasional Minyak dan Gas Bumi Negara). Belakangan ini distribusi menjadi topik pembicaraan yang hangat sehubungan dengan krisis ekonomi yang telah berkecamuk selama dua tahun ini. Persoalan mengenai distribusi ini mengemuka sehubungan tak lancarnya distribusi sejumlah komoditas setelah kerusuhan Jakarta 13-14 Mei 1998. Dampak yang dapat ditimbulkan bila terjadi kesalahan dalam pengelolaan distribusi Bahan Bakar Minyak Tanah, salah satu diantaranya adalah terjadinya keresahan sosial yang diakibatkan oleh kelangkaan minyak tanah di suatu daerah. Tujuan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kewenangan yang dimiliki PERTAMINA dan kemitraan terhadap efektivitas saluran distribusi sehingga produk dapat sampai ke konsumen secara cepat, tepat dan menyeluruh sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen.

Pada penelitian ini telah dilakukan analisa untuk mengetahui pengaruh kewenangan dan kemitraan terhadap efektifitas saluran distribusi. Sampel yang diambil didalam penelitian ini adalah sebanyak 100 responden.

Teknik analisis dengan menggunakan Structural Equation Model digunakan untuk menguji 2 hipotesa yang telah dikembangkan. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan adanya pengaruh yang positif antara kewenangan terhadap efektifitas saluran distribusi dan antar kemitraan terhadap efektifitas saluran distribusi.

Hasil komputasi untuk pengujian model menunjukkan hasil yang dapat diterima dengan menggunakan Goodnes of Fit yaitu GFI (Goodness of Fti Index), AGFI (Adjusted Goodness of Fit Index), RMSEA (Root Mean Square Error of Approximation), TLI (Tucker Lewis Index) dan CR (Critical Ratio).

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji dan syukur saya panjatkan kehadiran Allah SWT, karena berkat rahmat dan karunia-Nya saya dapat menyelesaikan tesis guna memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan pesisikan pad Program Studi Magister Manajemen Universitas Diponegoro.

Dalam tesis ini saya mencoba untuk mengangkat masalah efektifitas saluran distribusi bahan bakar minyak tanah dengan judul “Hubungan Kewenangan dan Kemitraan Terhadap Efektifitas Saluran Distribusi Bahan Bakar Minyak Tanah” (Studi kasus Rayon V PERTAMINA UPPDN IV Cabang Yogyakarta). Alat analisis yang digunakan untuk menguji hiotesis dalam penelitian ini dapat menjadi sumbangan bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

Saya ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah membantu proses penyelesaian tesis ini khususnya dan juga selama menempuh pendidikan di Magister Manajemen UNDIP, yaitu :

1. Prof. Dr. Suyudi Mangunwihardjo selaku Direktur Program Studi Magister Manajemen Universitas Diponegoro.
2. Dr. Augusty Ferdinand, MBA selaku pembimbing utama yang selalu membimbing, memberi petunjuk, dan mengarahkan saya selama penyusunan tesis ini.

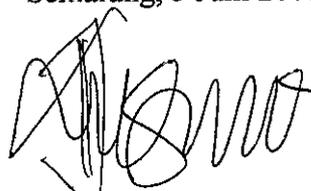
3. Drs. Susilo Toto Rahardjo, MT selaku pembimbing anggota yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan petunjuk teknis serta memberi kritik dan saran pada tesis ini.
4. Bpk. Wisnuntoro selaku kepala PERTAMINA UPPDN IV Cabang Yogyakarta yang telah memberikan ijin kepada penulis untuk melakukan penelitian di Rayon V PERTAMINA UPPDN IV Cabang Yogyakarta.
5. Bpk. Tri Sukarno selaku kepala Administrasi Penjualan PERTAMINA UPPDN IV Cabang Yogyakarta yang telah membantu penulis didalam pencarian data.
6. Bpk. Eko Puspito selaku kepala Personalia yang telah memberikan ijin penulis untuk mengadakan penelitian di PERTAMINA UPPDN IV Cabang Yogyakarta.
7. Seluruh responden yaitu agen, pangkalan dan pengecer di wilayah Rayon V PERTAMINA UPPDN IV Cabang Yogyakarta yang telah bersedia meluangkan waktu dan pikiran untuk mengisi kuesioner dan mengembalikannya kepada peneliti.
8. Pengelola, staf pengajar, staf administrasi serta karyawan Program Magister Manajemen UNDIP yang telah memberikan sumbangsuhnya.
9. Mas Didik, Mas Candra, Mas Agung, dan Rina yang selama ini telah memberikan dorongan dan motivasi, sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini.

10. Teman-teman angkatan XII Pagi khususnya kelas A dan kelas konsentrasi Pemasaran.

11. Pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Akhirnya penulis berharap, agar tesis ini dapat berguna bagi pihak-pihak yang berkepentingan.

Semarang, 5 Juni 2001

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Kusumowardani', written in a cursive style.

Kusumowardani

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul	i
Surat Pernyataan Keaslian Tesis	ii
Pengesahan	iii
Persembahan	iv
Abstract	v
Abstraksi	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi	x
Daftar Tabel	xiv
Daftar Gambar	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah	7
1.3. Tujuan Penelitian	8
1.4. Kegunaan Penelitian	8
1.5. Metodologi	9
1.6. Garis Besar Tesis	9
1.7. Kesimpulan	11
BAB II TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN MODEL	
2.1. Pendahuluan	12

2.2. Saluran Distribusi	13
2.2.1. Efektifitas Saluran Distribusi	20
2.2.2. Kewenangan	20
2.2.3. Kemitraan	25
2.3. Penelitian Terdahulu	28
2.4. Kerangka Pemikiran Teoritis dan Pengembangan Model	30
2.5. Hipotesis dan Dimensionalisasi Model	32
2.5.1. Hipotesis	32
2.5.2. Dimensionalisasi Model	32
2.5.2.1. Dimensionalisasi Kewenangan	32
2.5.2.2. Dimensionalisasi Kemitraan	33
2.5.2.3. Dimensionalisasi Efektifitas Saluran Distribusi... ..	34
2.6. Kesimpulan	37
 BAB III METODE PENELITIAN	
3.1. Pendahuluan	38
3.2. Desain Penelitian	39
3.3. Jenis dan Sumber Data	42
3.4. Populasi dan Sampel	43
3.4.1. Populasi	43
3.4.2. Sampel	44
3.5. Metode Pengumpulan Data	47
3.6. Teknik Analisis	49
3.6.1. Analisis Kualitatif Deskriptif	49

3.6.2. Analisis Kuantitatif	49
3.7. Kesimpulan	60
 BAB IV ANALISIS DATA	
4.1. Pendahuluan	61
4.2. Proses dan Hasil Analisa data.....	62
4.2.1. Analisa Faktor Konfirmatori	64
4.2.1.1. Analisa Faktor Konfirmatory 1	64
4.2.2. Structural Equation Modeling	66
4.2.3. Evaluasi Normalitas Data	69
4.2.4. Evaluasi Outliers	70
4.2.4.1. Univariate Outliers	70
4.2.4.2. Multivariate Outliers	71
4.2.5. Evaluasi Multicollinearity dan Singularity	72
4.2.6. Evaluasi Terhadap Nilai Residual	72
4.2.7. Uji Reliability dan Variance Extract	74
4.2.7.1. Uji Reliability	74
4.2.7.2. Variance Extract	75
4.3. Pengujian Hipotesis	76
4.3.1. Pengujian Hipotesis 1	77
4.3.2. Pengujian Hipotesis 2	77
4.4. Kesimpulan	78
 BAB V KESIMPULAN DAN IMPLIKASI KEBIJAKAN	
5.1. Pendahuluan	80

5.2. Kesimpulan Hipotesis	86
5.2.1. Kewenangan dan Efektifitas Saluran Distribusi	86
5.2.2. Kemitraan dan Efektifitas Saluran Distribusi	87
5.3. Kesimpulan Masalah Penelitian	88
5.4. Implikasi Teoritis	89
5.5. Implikasi Kebijakan Manajemen	90
5.6. Keterbatasan Penelitian	92
5.7. Agenda Penelitian Mendatang	94
Daftar Pustaka.....	95
Lampiran	
Daftar Riwayat Hidup	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1. Kesatuan Model Variabel Penelitian	36
Tabel 2.2. Penentuan Variabel Dependent- Independent	36
Tabel 2.3. Dimensionalisasi Model	37
Tabel 3.1. Tipe-tipe Penelitian Bisnis	39
Tabel 3.2. Tipe-tipe Penelitian Bisnis	41
Tabel 3.3. Fokus, Orientasi dan Tipe Penelitian	42
Tabel 3.4. Jumlah agen, pangkalan, dan pengecer di wilayah Rayon V PERTAMINA UPPDN IV Cabang Yogyakarta	45
Tabel 3.5. Jumlah agen, pangkalan, dan pengecer di wilayah Rayon V PERTAMINA UPPDN IV Cabang Yogyakarta beserta Proporsinya	46
Tabel 3.6. Desain Inti Pertanyaan	49
Tabel 3.7. Model Pengukuran	54
Tabel 3.8. Goodness of Fit Index	59
Tabel 4.1. Indeks Pengujian Kelayakan Model (Gooness of Fit Index).....	63
Tabel 4.2. Standardized Regression Weight Kewenangan, Kemitraan, Dan Efektifitas Saluran Distribusi	65
Tabel 4.3. Standardized Regression Weight Structural Equation Modeling Hubungan Kausalitas antara Kewenangan, Kemitraan dengan Efektifitas Saluran Distribusi	68

Tabel 4.4. Indeks Pengujian Kelayakan Structural Equation Modeling, Hubungan Kausalitas Kewenangan, Kemitraan dan Efektifitas Saluran Distribusi	69
Tabel 4.5. Normalitas Data	70
Tabel 4.6. Descriptive Statistics	71
Tabel 4.7. Standardized Residual Covariances	73
Tabel 4.8. Hasil Perhitungan Reliability dan Variance Extract	76
Tabel 4.9. Kesimpulan Hipotesis	79

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1. Garis Besar Susunan Tesis	10
Gambar 2.1. Garis Besar Bab II	12
Gambar 2.2. Bentuk Saluran Distribusi	17
Gambar 2.3. Kerangka Pemikiran Teoritis	31
Gambar 2.4. Dimensionalisasi Kewenangan	33
Gambar 2.5. Dimensionalisasi Kemitraan	34
Gambar 2.6. Dimensionalisasi Efektifitas Saluran Distribusi	35
Gambar 3.1. Garis Besar Bab III	38
Gambar 3.2. Structural Equation Modeling	53
Gambar 4.1. Garis Besar Bab IV	61
Gambar 4.2. Analisis Faktor Konfirmatory Kewenangan, Kemitraan dan Efektifitaas Saluran Distribusi	64
Gambar 4.3. Structural Equation Modeling, Hubungan Kausalitas Kewenangan, Kemitraan dan Efektifitas Saluran Distribusi	67
Gambar 5.1. Garis Besar Bab V	80

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perusahaan adalah merupakan salah satu pelaku perekonomian bangsa yang merupakan peranan penting dalam pertumbuhan ekonomi nasional. Dalam era globalisasi seperti saat ini perusahaan tidak hanya dituntut untuk mampu menawarkan produk yang berkualitas saja, namun harus dapat menyediakan/menempatkan produk tersebut ditempat konsumen secara tepat.

Perkembangan perekonomian dalam masa pembangunan memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap laju pertumbuhan industri di Indonesia. Seiring dengan meningkatnya pertumbuhan teknologi, semakin banyak pula perusahaan yang tumbuh dan berkembang. Setiap perusahaan berusaha untuk mencari keuntungan semaksimal mungkin. Salah satu upaya untuk mencapai tujuan tersebut adalah melalui program pemasaran. Masalah pemasaran merupakan salah satu masalah yang sering dihadapi oleh setiap perusahaan. Kegagalan dalam menangani masalah pemasaran dapat menghambat kelangsungan perusahaan secara keseluruhan. Diantara masalah-masalah pemasaran tersebut, masalah pendistribusian produk pada daerah pendistributian yang dikelola, perlu dicermati dalam rangka mencapai kemaslahatan yang ditetapkan perusahaan.

Keberhasilan memasarkan barang kemudian berakhir dengan suatu pembelian adalah menjadi tumpuan harapan perusahaan. Disitulah akan terasa bagaimana sulitnya usaha dari pihak perusahaan apabila tidak dapat mencapai

sasaran penjualan karena kurang tepatnya kebijaksanaan pemilihan saluran distribusi yang digunakan.

Kegiatan pendistribusian barang sangat penting sekali karena merupakan kegiatan memindahkan barang dari perusahaan ke tempat konsumen secara tepat, bahkan bukan hanya meliputi perpindahan fisik dari produk, tetapi juga perpindahan hak milik produk tersebut dari perusahaan ke tangan konsumen (Russell W. McCalley, 1992, dalam *Usahawan* No.8 Agustus 1998).

Belakangan ini distribusi menjadi topik pembicaraan yang hangat sehubungan dengan krisis ekonomi yang telah berkecamuk selama dua tahun ini. Persoalan mengenai distribusi ini mengemuka sehubungan tak lancarnya distribusi sejumlah komoditas setelah kerusuhan Jakarta 13-14 Mei 1998. Muncul berbagai pendapat yang mempersoalkan distribusi sebagai penyebab melonjaknya harga sejumlah komoditas tertentu (Kompas, 10 Juli 1998).

Pada akhir-akhir ini masyarakat dan konsumen tampak semakin kritis dalam menanggapi setiap permasalahan atau penyimpangan yang terjadi dalam kegiatan penyaluran BBM dan Non BBM, hal ini ditandai dengan pemberitaan di media massa tentang adanya kasus-kasus pemalsuan BBM dan Non BBM yang marak dalam wilayah kerja UPPDN IV serta pelayanan yang kurang memuaskan oleh petugas PERTAMINA atau mitra kerja (Hiswana Migas Himpunan Swasta Nasional Minyak dan Gas Bumi Negara).

Gejala ini perlu diwaspadai dan segera diambil langkah-langkah preventif dan kuratifnya, agar hal tersebut tidak menjadi sumber kerawanan yang potensial terutama dalam menciptakan citra perusahaan yang baik dimata masyarakat.

Bisa terjadi suatu produk tersedia di suatu daerah dengan melimpah, tetapi tidak terdapat di daerah tertentu. Hal ini dapat dilihat dalam pendistribusian BBM (Bahan Bakar Minyak) khususnya minyak tanah yang didistribusikan oleh PERTAMINA UPPDN IV Cabang Yogyakarta. BBM merupakan komoditi yang bersifat strategis, karena menyangkut hajat hidup masyarakat dan sangat berpengaruh terhadap perekonomian serta stabilitas nasional. Dampak yang dapat ditimbulkan bila terjadi kesalahan dalam pengelolaan distribusi Bahan Bakar Minyak Tanah, salah satu diantaranya adalah terjadinya keresahan sosial yang diakibatkan oleh kelangkaan minyak tanah di suatu daerah.

Di dalam pengelolaan suplai dan distribusi BBM (khususnya minyak tanah) yang selama ini diterapkan di PERTAMINA berpegang pada tiga prinsip, yaitu :

1. Keamanan dalam Persediaan (*Security of Supply*)

Dimana stock barang harus selalu ada/barang harus selalu tersedia/ ada pada waktu dibutuhkan, jangan sampai kehabisan stock barang karena minyak tanah bersifat strategis yang menguasai hajat hidup orang banyak.

2. Persediaan Ekonomis (*Economic of Supply*)

Berhubungan dengan ongkos/biaya.

Misalnya, lebih murah mana ongkos/ biaya transport minyak tanah yang diambil dari Instalasi Pengapon (Semarang) dengan minyak tanah yang diambil dari Rewulu (Yogyakarta).

3. Fleksible dalam Persediaan (*Flexibility of Supply*)

Pengambilan minyak tanah oleh agen bersifat fleksibel.

Misalnya, minyak tanah yang diambil dari Instalasi Pengapon (Semarang) mengalami kemacetan, karena kapal yang membawa minyak tersebut mengalami gangguan, maka pengambilan minyak oleh agen dapat dilakukan di Rewulu (Yogyakarta).

Masalah-masalah mengenai pendistribusian minyak tanah ini dapat dilihat dari kenyataan yang terjadi di lapangan sebagai berikut :

1. Sebagian pangkalan atau tempat penjualan minyak tanah di Kabupaten Bantul Yogyakarta kesulitan memperoleh minyak tanah. Selain itu jumlah suplai minyak tanah ke pangkalan juga mulai turun. Biasanya, rata-rata saya memperoleh suplai minyak tanah satu tangki atau 5.000 liter per minggu, namun kini hanya memperoleh sekitar 3.000 liter per minggunya," kata Suwanto, pemilik pangkalan penjualan minyak tanah di Patalan, Bantul, seperti dikutip Antara, Rabu (13/9).
2. Marjuki, seorang pemilik pangkalan penjualan minyak tanah di Jalan Bantul, mengatakan, untuk memperoleh minyak para pemilik pangkalan harus rajin minta kepada para suplier untuk disuplai komoditas jenis itu. "Meskipun saya masih memiliki stok barang dagangan dengan jumlah cukup, namun volume pembelian masyarakat konsumen cenderung meningkat," katanya (Antara, 13 September 2000, dalam Bernas).
3. Kelangkaan minyak tanah yang kini berlangsung di sejumlah daerah, disebabkan oleh salah distribusi, manipulasi atau bahkan penimbunan. Kelangkaan minyak tanah kini kembali terjadi di sejumlah kota di Indonesia. Kelangkaan terjadi akibat pengurangan pasok minyak tanah sebesar 10%.

Kalangan industri selama ini disinyalir memanfaatkan pembelian minyak tanah dari sejumlah agen yang seharusnya hanya melayani untuk konsumen masyarakat rumah tangga (Bisnis Indonesia, 24 Mei 2000).

4. Langkanya bahan bakar dasar, diduga karena ada praktek penimbunan dan ekspor ilegal. Hal ini menunjukkan adanya keterlibatan sejumlah anggota militer dan penyelundupan yang dilakukan oleh agen-agen minyak tanah sebagai distributor (Internet, <http://www.pin-ips.or.id/data/klip.htm>)
5. Kelangkaan minyak tanah yang terjadi di beberapa daerah semisal Cilacap dan Banyumas, Jateng, kian meresahkan masyarakat. Bahkan sampai sepekan ini belum ada tanda-tanda meningkatkan jumlah pasokan. Di Kabupaten Cilacap dan Banyumas, Jawa Tengah, kelangkaan minyak kini tidak saja dialami masyarakat di wilayah pedesaan, tapi telah merambah jauh hingga kawasan perkotaan. Yang cukup mengejutkan, kelangkaan minyak di Cilacap hampir melanda sebagian besar desa yang ada di sana. Karena minyak tanah dikonsumsi kalangan masyarakat menengah ke bawah. Soal terjadi kelangkaan itu masalah distribusi yang jadi kewenangan PERTAMINA Unit Perbekalan dan Pemasaran Dalam Negeri (UPPDN) IV Semarang, sama sekali tidak ada pengurangan stock bahan bakar minyak tanah (Republika, 25 Mei 2000).
6. Belum stabilnya harga minyak tanah eceran dipasaran selain disebabkan karena ada salah satu agen yang diketahui telah mengurangi stok kebutuhan pangkalan dan sub pangkalan, juga disebabkan adanya dugaan pangkalan menjual minyak tanah keluar daerah. (Jawa Pos, 24 Mei 2000).

7. Masyarakat Kudus mengeluhkan kelangkaan minyak tanah yang dibarengi pelonjakan harga. Para pengusaha pangkalan bahan bakar itu juga membenarkan ada kelangkaan, ketika ditemui Suara Merdeka secara terpisah (Suara Merdeka, 22 Mei 2000).
8. Diduga ada permainan di tingkat agen, persediaan minyak tanah kembali langka. Ini terlihat di beberapa pangkalan dan pengecer yang ada di Probolinggo, mulai kesulitan untuk mendapatkan minyak tanah. Padahal, suplai dari tetap berjalan lancar dan sesuai dengan kebutuhan yang diperlukan. Akibatnya, harga minyak tanah melambung tinggi. Di Kraksaan sampai mencapai harga Rp 650 per liter. Sementara, harga dari jual dari agen ke pangkalan sebesar Rp 350 per liter. Sumber Radar Bromo di lapangan menyebutkan, ditengarai kelangkaan minyak tanah tersebut diakibatkan adanya permainan di tingkat agen. Karena, melihat suplai minyak tanah dari tetap berjalan lancar (Jawa Pos, 23 Mei 2000).

Dilihat dari data dan informasi diatas, ternyata masalah kelangkaan minyak tanah lebih banyak disebabkan oleh anggota saluran distribusi yang tidak menjalankan tugasnya dengan benar di dalam menyalurkan bahan bakar minyak tanah, sehingga saluran distribusi minyak tanah tidak efektif. Penelitian yang dilakukan oleh Dwyer (1980), Shipley dan Egan (1992) mengenai kewenangan saluran, dimana kewenangan yang bersifat tidak memaksa ternyata lebih produktif dan berpengaruh daripada kewenangan yang bersifat memaksa di dalam penciptaan kerjasama dan penanganan konflik. Dari penelitian tersebut dapat diinterpretasikan bahwa penggunaan saluran tersebut berakibat atau berpengaruh

pada efektivitas saluran distribusi, dimana efektivitas tersebut mengacu pada keadaan yang diinginkan, yaitu kinerja saluran yang merefleksikan design sistem suplai dan manajemen dimana kebutuhan pelanggan sebagai fokusnya. Begitu pula penelitian yang dilakukan oleh Shipley dan Egan (1992) mengenai kemitraan, dimana dengan kemitraan tersebut dapat menciptakan sebuah kondisi kerjasama saluran lewat hubungan yang wajar yang didasarkan pada sebuah pengertian dari masalah dan kebutuhan dari anggota saluran, sehingga untuk mencapai efektivitas saluran distribusi, dia menyarankan agar perusahaan berusaha keras untuk lebih membangun motivasi dan kerjasama didalam saluran dan mengurangi konflik substansial dengan memperkenalkan sebuah pendekatan kemitraan. Oleh karena itu, dengan adanya kewenangan dan kemitraan tersebut, diharapkan dapat tercapai efektivitas saluran distribusi.

1.2. Perumusan Masalah

Mengingat bahan bakar minyak tanah merupakan komoditi yang bersifat strategis dan menyangkut hajat hidup orang banyak, maka peran distribusi sangat penting untuk mendukung tercapainya sasaran kegiatan perusahaan secara keseluruhan.

Dengan melihat latar belakang masalah, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

“ Sejauh mana hubungan antara kewenangan yang dimiliki PERTAMINA dan kemitraan dapat mempengaruhi efektivitas saluran distribusi minyak tanah sehingga bahan bakar minyak tanah dapat sampai kepada konsumen dengan

cepat, tepat dan menyeluruh, karena jika kelangkaan minyak tanah ini terus-menerus terjadi, maka akan dapat menimbulkan kerusuhan dan keresahan sosial.”

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

“ Untuk mengetahui hubungan antara kewenangan yang dimiliki PERTAMINA dan kemitraan terhadap efektivitas saluran distribusi sehingga produk dapat sampai ke konsumen secara cepat, tepat dan menyeluruh sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen.”

1.4. Kegunaan Penelitian

Kegunaan/manfaat yang didapatkan dari penelitian ini adalah :

- 1) Manfaat teoritis, yaitu bagi ilmu pengetahuan sebagai acuan untuk melaksanakan penelitian lebih lanjut mengenai saluran distribusi khususnya mengenai efektivitas saluran distribusinya.
- 2) Manfaat praktis, yaitu bagi perusahaan/ organisasi yang diteliti dapat digunakan sebagai bahan informasi dan masukan-masukan yang berguna untuk dapat digunakan perusahaan dalam rangka menjalankan kebijakan yang diambil.

1.5. Metodologi

Pada penelitian ini metodologi yang digunakan adalah *confirmatory factor analysis* dan *full model* dari *structural equation model* (SEM). Dalam SEM, hasil komputasi untuk tes signifikansi model dilakukan untuk mengukur *goodness of fit* yaitu *chi square*, *goodness of fit index* (GFI), *adjusted goodness of fit index* (AGFI), *the comparative fit index* (CFI), *root mean square error of approximation* (RMSEA) dan *critical ratio* (CR).

1.6. Garis Besar Tesis

Penyusunan tesis ini ditulis secara sistematis yang terdiri dari beberapa bab, yaitu :

Bab I merupakan bab pendahuluan yang terdiri dari latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, metodologi, garis besar tesis dan kesimpulan.

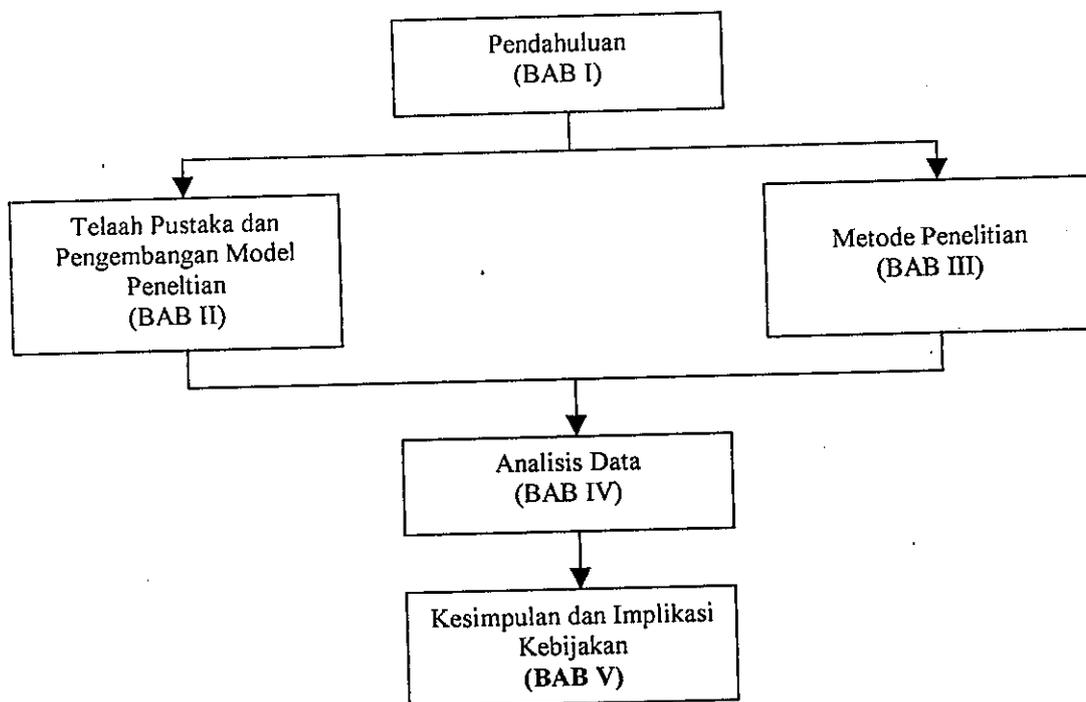
Bab II terdiri dari telaah pustaka dan pengembangan model penelitian yang menguraikan mengenai pendahuluan, telaah pustaka, model dan hipotesis, definisi operasional variabel dan kesimpulan.

Bab III berisi mengenai metode penelitian yang menguraikan mengenai jenis dan sumber data, populasi dan sampel, metoda pengumpulan data, teknik analisis dan kesimpulan.

Bab IV mengenai analisis data yang berisi gambaran umum obyek penelitian dan data-data deskriptif, proses dan hasil analisis/ komputasi data, pengujian hipotesis dan kesimpulan.

Bab V berisi tentang kesimpulan dan implikasi kebijakan yang menjabarkan pendahuluan, kesimpulan mengenai masing-masing hipotesis, kesimpulan mengenai masalah penelitian, implikasi pada teori-teori manajemen, implikasi pada kebijakan manajemen, keterbatasan penelitian dan agenda penelitian mendatang. Gambar untuk garis besar susunan tesis dapat dilihat pada gambar 1.1.

Gambar 1.1.
Garis Besar Susunan Tesis



Sumber : dikembangkan untuk tesis ini.

1.7. Kesimpulan

Bab ini merupakan dasar dalam penulisan tesis ini. Dalam bab ini masalah penelitian, tujuan dan kegunaan penelitian, metodologi telah disajikan begitu juga garis besar susunan tesis secara ringkas telah digambarkan.

Berdasarkan hal tersebut tesis ini dilanjutkan dengan uraian rinci pada bab-bab selanjutnya. Mengenai telaah pustaka dan pengembangan model penelitian akan diuraikan pada bab II.

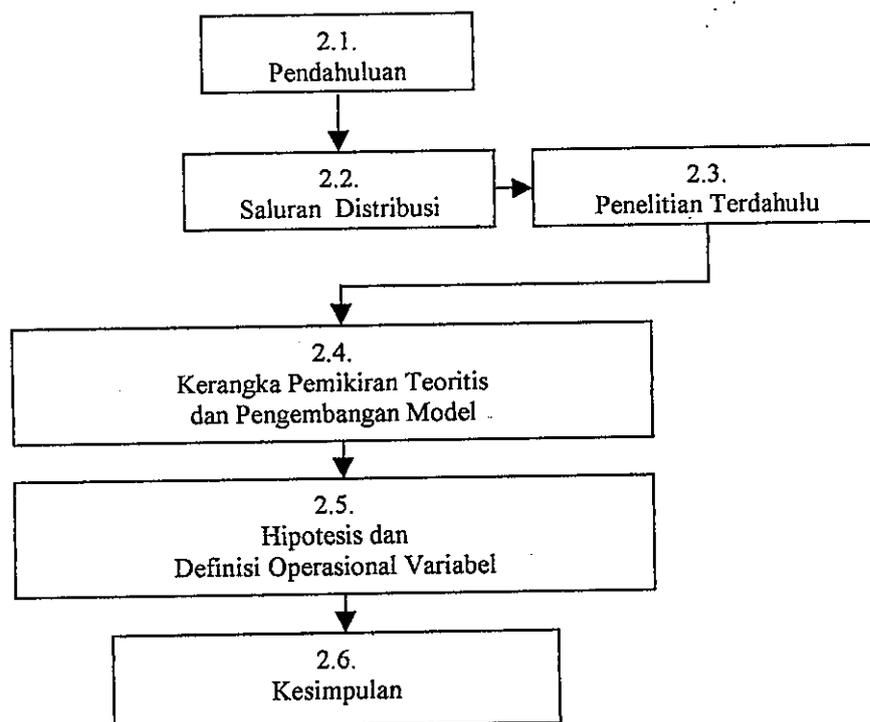
BAB II TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN MODEL

2.1. Pendahuluan

Pada bab II ini menelaah pustaka dan penelitian terdahulu yang berhubungan dengan efektifitas saluran distribusi. Bab II ini telah disusun dalam enam bagian sub bab seperti dalam gambar 2.1.

Pada bagian ini akan diuraikan mengenai teori tentang saluran distribusi, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran teoritis dan pengembangan model, hipotesis dan definisi operasional variabel dan kesimpulan.

Gambar 2.1.
Garis Besar Bab II



Sumber : dikembangkan untuk tesis ini

2.2 Saluran Distribusi

Saluran distribusi kadang-kadang disebut sebagai saluran perdagangan atau saluran pemasaran. Menurut Philip Kotler (1992). “ ... konsep pemasaran berpendapat bahwa kunci untuk mencapai tujuan-tujuan organisasi terdiri dari penentuan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran dan penyerahan produk yang memuaskan konsumen secara lebih efektif dan lebih efisien dibanding pesaing. Saluran distribusi/ saluran pemasaran dapat didefinisikan dalam beberapa cara. Umumnya definisi yang ada memberikan gambaran tentang saluran distribusi ini sebagai suatu jalur atau rute.

Saluran distribusi adalah jaringan organisasi yang melakukan fungsi-fungsi yang menghubungkan produsen dengan konsumen. Saluran distribusi terdiri dari berbagai lembaga/ badan yang saling tergantung dan saling berhubungan, yang berfungsi sebagai suatu sistem/ jaringan, yang bersama-sama berusaha menghasilkan dan mendistribusikan sebuah produk kepada konsumen (Louis W. Stern, 1989). Menurut pendapat Kotler (1994), saluran distribusi/saluran pemasaran/saluran perdagangan juga didefinisikan sebagai rute, atau rangkaian perantara, baik yang dikelola pemasar maupun yang independen, dalam menyampaikan barang dari produsen ke konsumen.

Menurut Russell W. McCalley (1998, dalam Kasali, 1998), distribusi yang dalam ilmu pemasaran sering disebut sebagai saluran pemasaran, hanya berurusan dengan dua hal, yaitu ;

1) Struktur Penyaluran Fisik

Merupakan hal-hal yang berhubungan dengan pemindahan barang secara fisik dari tangan produsen ke tangan konsumen.

2) Struktur Pemasaran

Merupakan alat bagi produsen untuk mencapai objektif pemasaran, artinya distribusi adalah persoalan mikro yang harus dipecahkan dengan kaca mata mikro, bukan dengan kaca mata makro. Aspek-aspek mikro itu berhubungan dengan persoalan intuisi pemasaran sehari-hari seperti jaringan penyaluran, lokasi, kepuasan pelanggan, kepuasan penyalur dan sebagainya.

Salah satu strategi saluran distribusi adalah memilih jenis/ tipe saluran distribusi. Ada dua tipe utama saluran distribusi, yaitu :

- Saluran konvensional adalah suatu kelompok organisasi-organisasi independent yang dihubungkan secara vertikal, setiap organisasi berusaha untuk menata organisasinya sendiri, dengan sedikit perhatian pada kinerja keseluruhan saluran.
- Sistem pemasaran vertikal adalah jaringan yang dikelola secara profesional dan terpusat yang dimaksudkan untuk mencapai penghematan dalam operasi dan hasil pasar secara maksimum.

Jumlah perantara yang terlibat dalam suatu saluran distribusi sangat bervariasi. Kotler (1994) membuat tingkatan-tingkatan dalam saluran distribusi berdasarkan jumlah perantara didalamnya. Saluran-saluran distribusi tersebut

disesuaikan dengan istilah dalam saluran distribusi minyak tanah adalah sebagai berikut :

- 1) Saluran Tingkat Nol, menunjukkan bahwa pemasar tidak menggunakan perantara dalam memasarkan produknya (*saluran pemasaran langsung*).

Model : Produsen → Konsumen

- 2) Saluran Tingkat Pertama, menunjukkan pemasar menggunakan satu perantara.

Model : Produsen → Pengecer → Konsumen

- 3) Saluran Tingkat Kedua, menunjukkan bahwa pemasar menggunakan dua perantara dalam memasarkan produknya.

Model : Produsen → Pangkalan → Pengecer → Konsumen

- 4) Saluran Tingkat Ketiga, menunjukkan pemasar menggunakan tiga perantara

Model : Produsen → Agen → Pangkalan → Pengecer → Konsumen

Dilihat dari intensitas distribusi, biasanya didefinisikan sebagai jumlah perantara yang digunakan oleh sebuah perusahaan didalam area perdagangan (Bonoma and Kosnik 1990; Corey, Cespedes, and Rangan 1989; Stern, El-Anshary and Coughlan 1996; dalam Frazier, Gary L & Walfried M. Lassar, 1996). Intensitas distribusi yang ideal dapat membuat sebuah barang tersedia secara luas, dapat untuk memuaskan konsumen, tetapi tidak melebihi sasaran/target kebutuhan konsumen, jika kelebihan, biaya pemasarannya akan meningkat tanpa memberikan manfaat/keuntungan (McCarty and Perreault 1984, dalam Frazier, Gary L & Walfried M. Lassar, 1996). Menurut pendapat Stern, El-Ansary dan Coughlan (1996, dalam Frazier, Gary L & Walfried M. Lassar, 1996),

salah satu dari elemen kunci dalam saluran pemasaran adalah menentukan berapa banyak outlet-outlet penjualan seharusnya didirikan di dalam suatu wilayah geografis. Di dalam pemasaran, teori dasar menghubungkan antara kelas produk dengan intensitas distribusi (Aspinwall 1958; Copeland 1923; Miracle 1965 dalam Frazier, Gary L & Walfried M. Lassar, 1996). Karakteristik dari barang kebutuhan sehari-hari (convenience) adalah berhubungan dengan distribusi intensif, barang belanjaan membutuhkan distribusi selektif dan barang spesial berkaitan dengan distribusi eksklusif.

Intensitas distribusi paling baik dilakukan bila mengacu pada berapa banyak toko pengecer membawa merek tertentu di dalam suatu wilayah geografis (Cravens, W. David, 1996).

- ❖ Distribusi Intensif, yaitu jika sebuah perusahaan memutuskan untuk mendistribusikan produknya di banyak outlet eceran di dalam wilayah perdagangan yang mungkin dapat membawa produk tersebut.
- ❖ Distribusi Eksklusif, yaitu jika satu pengecer atau dealer di dalam suatu wilayah perdagangan mendistribusikan produk tersebut.
- ❖ Distribusi Seleksi, yaitu diantara kedua ekstrem tersebut.

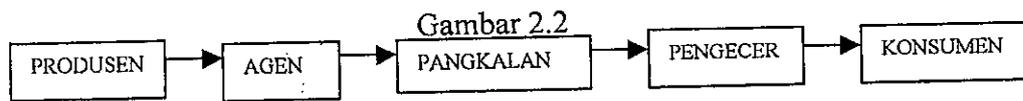
Bahan bakar minyak tanah masuk didalam barang kebutuhan sehari-hari, sehingga pendistribusiannya menggunakan distribusi intensif. Perusahaan berusaha menggunakan penyalur, terutama pengecer sebanyak-banyaknya untuk mendekati dan mencapai konsumen. Semua ini dimaksudkan untuk mempercepat pemenuhan kebutuhan konsumen. Makin cepat konsumen terpenuhi

kebutuhannya, mereka makin merasakan adanya kepuasan (Basu Swastha DH, 1999).

Keputusan-keputusan tentang penempatan produk berkaitan dengan usaha-usaha untuk menyediakan produk dalam jumlah yang sesuai dan dilokasi yang tepat pada saat diinginkan dan dibutuhkan konsumen, jangan sampai terjadi pengelolaan yang salah sehingga terjadi kelebihan barang di suatu daerah, tetapi di daerah lain terjadi kekurangan stock/ barang. Dalam pelaksanaan keputusan-keputusan itu, perusahaan harus sering bekerja sama dengan berbagai perantara dan saluran distribusi) didalam memasarkan produknya. Karena hal tersebut, maka diperlukan pengelolaan distribusi bahan bakar minyak tanah yang tepat.

Dari strategi saluran distribusi diatas, untuk penyaluran minyak tanah agar dapat tersebar menyeluruh/ merata di seluruh wilayah pendistribusian yaitu sebagai berikut di dalam Cravens, David L, (1999) :

- Tipe saluran distribusi untuk minyak tanah adalah sistem pemasaran vertikal, karena bersifat padat modal yang dirancang untuk mencapai penghematan dari segi teknologi, manajerial dan promosi melalui integrasi, koordinasi, dan sinkronisasi pemasaran yang mengalir dari titik produksi ke titik penggunaan terakhir (Bert C. McCammon, Jr, 1970 dalam Cravens, David L, 1999), Intensitas distribusi untuk minyak tanah adalah menggunakan suatu pendekatan distribusi intensif, karena minyak tanah merupakan komoditi untuk kebutuhan pokok.
- Bentuk saluran distribusi minyak tanah adalah saluran tingkat ketiga. Model saluran tingkat ketiga dapat dilihat pada model berikut :



Sumber : Cravens, David L, (1999)

Dari gambar 2.2 diatas dapat dijelaskan bahwa minyak tanah dari produsen disalurkan ke agen kemudian disalurkan di sub agen (istilah dalam minyak tanah adalah pangkalan) kemudian disalurkan pada pedagang eceran dan kemudian terakhir pada konsumen.

Dalam memasarkan produknya, produsen menggunakan sistem perantara/ penyalur agar produk yang dipasarkan dapat dengan cepat tersebar merata di seluruh daerah pemasaran sehingga konsumen dapat dengan cepat mendapatkan keinginan dan kebutuhannya akan komoditi tersebut. Yang dimaksud dengan perantara/ penyalur adalah orang/ perusahaan yang menghubungkan aliran barang dari produsen ke konsumen akhir (Stanton dan Futrell, 1987, dalam Tjiptono, Fandy, 1995). Perantara dibutuhkan terutama karena adanya beberapa kesenjangan diantara produksi dan konsumsi. Kesenjangan (gap) tersebut adalah :

- 1) *Geographical gap*, yaitu gap yang disebabkan oleh tempat pemusatan produksi dan lokasi konsumen yang tersebar di mana-mana.
- 2) *Quantity gap*, yaitu gap dalam jumlah dimana jumlah barang yang dapat diproduksi secara ekonomis oleh produsen berbeda dengan kuantitas normal yang diinginkan konsumen.

Dalam melakukan aktivitasnya, penyalur melakukan empat kegiatan (McCalley, 1992, dalam Kasali, Rhenald, 1998), yaitu ;

1. Komunikasi
2. Penjualan

3. Pengiriman dan Sorting

4. Penyerahan barang ke tangan konsumen

Dengan bantuan penyalur/ perantara tersebut diharapkan dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen, sehingga mereka merasa puas dengan apa yang mereka butuhkan. Menurut Basu Swastha (1999), perusahaan berusaha menggunakan penyalur, terutama pengecer sebanyak-banyaknya untuk mendekati dan mencapai konsumen. Semua ini dimaksudkan untuk mempercepat kebutuhan konsumen. Makin cepat konsumen terpenuhi kebutuhannya, mereka makin merasakan adanya kepuasan. Sehingga di dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat tersebut, maka di dalam memasarkannya harus cepat, tepat dan menyeluruh. Oleh karena itu dalam memasarkan produknya, produsen menggunakan sistem distribusi agar produk yang dipasarkan dapat dengan cepat tersebar merata di seluruh daerah pemasaran sehingga konsumen dapat dengan cepat mendapatkan keinginan dan kebutuhannya.

Untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen hal-hal yang perlu diperhatikan adalah besarnya kebutuhan akan minyak tanah, harga murah, dan tersedia di pasar sehingga konsumen dapat dengan cepat dan mudah untuk mendapatkannya. Karena minyak tanah merupakan komoditi yang merupakan kebutuhan pokok, maka orang akan cenderung untuk mencoba bagaimana caranya untuk mendapatkan komoditi tersebut. Oleh karena itu diperlukan suatu sistem distribusi yang efektif agar kebutuhan dan keinginan konsumen semakin cepat terpenuhi sehingga kepuasan dapat mereka rasakan.

2.2.1 Efektifitas Saluran Distribusi

PERTAMINA sebagai perusahaan yang menghasilkan bahan bakar minyak bumi (dalam hal ini minyak tanah) harus berusaha untuk selalu memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen mengenai bahan bakar minyak tanah. Hal ini disebabkan karena minyak tanah termasuk sebagai produk/ komoditi kebutuhan pokok yang bersifat strategis dan menyangkut hajat hidup orang banyak. Untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan masyarakat itu, maka didalam memasarkannya harus cepat, tepat dan menyeluruh (merata diseluruh daerah/ wilayah), sehingga bahan bakar minyak tanah tersebut secara efektif dapat didistribusikan.

Salah satu kunci dari efektifitas distribusi adalah harus melihat nilai-nilai dan kebutuhan-kebutuhan konsumen (Tuohy dan Speer, 1995). Menurut El-Ansary dan Cooper (1976, dalam Bowersox et.al, 1992) memberikan ukuran-ukuran dari efektivitas saluran distribusi, yaitu : (1) Ukuran lot (menyeluruh) , yaitu produk tersedia dengan jumlah yang diinginkan, sehingga dapat secara menyeluruh di dalam memasarkannya; (2) Waktu pengiriman (tepat), yaitu pengiriman produk tepat pada waktu yang dibutuhkan; (3) Pencarian (cepat), yaitu produk tersedia di outlet-outlet yang dibutuhkan, sehingga konsumen dapat dengan cepat mendapatkannya.

2.2.2 Kewenangan

Kewenangan di dalam saluran pemasaran secara umum dapat didefinisikan yaitu satu dari anggota saluran (yang mempunyai sumber pengaruh/mempunyai

wewenang) mampu untuk mengontrol variabel-variabel keputusan di dalam strategi pemasaran terhadap anggota yang lainnya (target pengaruh) dari saluran pada tingkat distribusi yang berbeda (Brown et.al, 1995). Dia mengemukakan bahwa pengukuran sumber kewenangan di dalam saluran distribusi menggunakan dua pendekatan, yaitu :

1. Sebuah pengukuran tidak langsung yang berupa bantuan dan hukuman
2. Sebuah pengukuran langsung untuk setiap pokok-pokok sumber kewenangan.

Manajemen yang efektif dari saluran pemasaran membutuhkan keahlian, tetapi membedakan penggunaan kewenangan yang bersifat sosial (Gaski, 1984, dalam Brown et.al, 1995). Anggota saluran menggunakan kewenangan untuk membedakan siapa yang akan melakukan aktivitas pemasaran, mengkoordinasi kinerja perusahaan dan mengelola konflik diantara mereka sendiri (Stern and El Anssary and Stend, 1992, dalam Brown et.al, 1995). Mengenai kewenangan yang bersifat sosial yang penting didalam mengelola saluran pemasaran, beberapa penelitian telah dilakukan lebih dari dua puluh tahun, untuk mengerti tentang kewenangan dan penggunaanya didalam saluran pemasaran.

Memperoleh suatu peran kepemimpinan dan kewenangan didalam saluran adalah masalah manajemen yang penting. Suatu bentuk manajemen antar organisasi diperlukan untuk meyakinkan bahwa saluran itu mempunyai kinerja yang memuaskan sebagai suatu entitas yang bersaing (Louis W. Stern, Adel I. El Ansary dan James R. Brown, 1989 dalam Brown et.al, 1995) dalam melaksanakan peran kepemimpinan diperlukan suatu kewenangan di dalam saluran pemasaran. Satu perusahaan mungkin mendapat kewenangan terhadap organisasi-organisasi

saluran yang lain karena ciri-ciri spesifikasinya (misalnya : ukurannya), pengalaman dan faktor-faktor lingkungan dan kemampuannya untuk memanfaatkan faktor-faktor tersebut. Dengan demikian, kewenangan Perusahaan (PERTAMINA) tergantung pada keunggulan bersaingnya dan lingkungannya (Michael Etgar, 1977). Melakukan peran kepemimpinan dapat juga mengarah kepada konflik yang timbul dari adanya perbedaan dalam tujuan dan prioritas para anggota saluran.

Fondasi dari kewenangan di dalam saluran pemasaran adalah keadaan saling tergantung dari anggota saluran untuk sumber daya yang langka sebaik kinerja dari fungsi-fungsi *specialized marketing* (Stern dan Reve, 1980; dalam Brown et.al, 1995). Kontrol sumber daya atau fungsi-fungsi dilakukan oleh anggota saluran yang mempunyai sumber untuk mempengaruhi (anggota saluran Sumber) untuk anggota saluran yang merupakan target untuk dipengaruhi (anggota saluran Target) mewakili sumber kewenangan anggota saluran Sumber yang melebihi Target (Gaski, 1984; dalam Brown et.al, 1995); jadi anggota saluran Sumber mampu untuk mempengaruhi strategi pemasaran terhadap yang lain di dalam batang saluran dengan menggunakan kewenangannya. Dalam hal ini PERTAMINA sebagai anggota saluran Sumber, sedangkan agen, pangkalan dan pengecer merupakan anggota saluran Target. Secara khusus ada empat sumber-sumber dari kewenangan saluran pemasaran telah dideskripsikan oleh tipologi French dan Raven (Brown et. al, 1995). Dimana empat sumber kewenangan yang bersifat sosial yang diidentifikasi menurut French dan Raven tersebut adalah (Shiple dan Egan, 1992) :

1. Penghargaan/imbalan yang digunakan untuk mendapatkan kecocokan lewat janji penghargaan. Kewenangan penghargaan /imbalan terletak pada kemampuan anggota jalur untuk memberi para anggota lain sesuatu yang bernilai yang akan membantu pemenuhan sasarannya. Semua ini mungkin diinginkan oleh perusahaan-perusahaan untuk meningkatkan penjualan. Imbalan-imbalan ini termasuk pengiriman-pengiriman yang dipercepat, discount dan harga yang lebih murah.
2. Pemaksaan didasarkan pada ketakutan akan sanksi/hukuman atas ketidakpatuhan. Paksaan bergantung pada kepercayaan para anggota jalur bahwa hukuman akan muncul apabila mereka tidak bekerja dengan baik dan benar. Hukuman ini berupa sanksi yang diberikan pada anggota jalur, misalnya dengan dilakukannya pencabutan kontrak yang sudah disepakati bersama.
3. Keabsahan didasarkan pada wewenang dan hak-hak yang sah. Kewenangan ini berdasar pada keputusan oleh satu pihak bahwa pihak lain mempunyai hak untuk menentukan keputusan-keputusan tertentu.
4. Keahlian digunakan apabila satu pihak menganggap pihak lain lebih kompeten. Kewenangan ini didasarkan pada pengetahuan/informasi seorang anggota jalur yang superior yang dikehendaki atau dibutuhkan oleh para anggota lain.

Kewenangan di dalam saluran pemasaran menurut Brown, Jhonson dan Koenig (1995) dikatakan bahwa dari dua pendekatan untuk mengukur sumber kewenangan di dalam saluran pemasaran yang paling banyak digunakan adalah

pendekatan pengukuran tidak langsung. Pendekatan ini pertama kali dikembangkan oleh El-Ansary dan Stern (1974; dalam Brown et. Al, 1995) dan kemudian dikembangkan lagi oleh Hunt dan Nevin (1974; dalam Brown et. Al, 1995). Tetapi yang dikembangkan oleh Hunt dan Nevin lebih populer. Hunt dan Nevin berpendapat bahwa sumber-sumber kewenangan French dan Raven tidak dapat secara berarti terpisah, oleh karena itu Hunt dan Nevin membaginya kedalam kewenangan yang bersifat memaksa dan kewenangan yang bersifat tidak memaksa. Hukuman atau pemaksaan sendiri merupakan kewenangan yang bersifat memaksa ketika sumber kewenangan lainnya seperti penghargaan, mengesahkan, dan keahlian merupakan kewenangan yang bersifat tidak memaksa. Sumber kewenangan informasi tidak termasuk di dalam formulasi asli dari Hunt dan Nevin. Tetapi jika ada mungkin telah termasuk dalam kewenangan yang bersifat tidak memaksa. Jadi pusat dari pendekatan tidak langsung adalah operasionalisasi sumber-sumber yang bersifat tidak memaksa sebagai bantuan dan paksaan sebagai hukuman.

Studi mengenai kewenangan saluran juga dilakukan oleh Dwyer (1980), dimana dia menemukan bahwa kewenangan diaplikasikan untuk membangun kerjasama, dan yang bersifat tidak memaksa adalah lebih produktif daripada kewenangan untuk memaksa. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Shipley dan Egan (1992) juga menemukan bahwa penggunaan dari tipe kewenangan yang salah di dalam jalan yang keliru mengakibatkan terlalu sedikit kerjasama antara anggota saluran dan terlalu banyak konflik. Dimana kewenangan paksa digunakan terlalu berlebihan dan kewenangan penghargaan tidak digunakan secara cukup.

Dari penelitian tersebut dapat diinterpretasikan bahwa penggunaan kewenangan saluran tersebut mengakibatkan atau berpengaruh pada efektifitas saluran distribusi. Efektifitas tersebut mengacu pada keadaan yang diinginkan dimana kinerja saluran merefleksikan desain sistem suplai dan manajemen yang memfokuskan pada kebutuhan pelanggan. Sehingga berdasarkan hal tersebut di atas maka hipotesis yang disusun adalah sebagai berikut :

H_1 : Terdapat hubungan positif antara kewenangan dengan efektivitas saluran distribusi.

Semakin besar kewenangan yang digunakan, maka semakin efektif saluran distribusi yang digunakan.

2.2.3 Kemitraan

Banyak pengarang telah mengusulkan program-program untuk penahanan dari konflik saluran dan penciptaan dari kerjasama (Shipley dan Egan, 1992). Selama beberapa tahun terakhir, fokus perhatian menjadi meningkat terhadap pendekatan kemitraan untuk manajemen saluran distribusi yang efektif. Kemitraan (Shipley dan Egan, 1992) dalam konteks ini secara normal diperlakukan sebagai hubungan informal yang mana mitra kerja secara efektif mengakui dan mengikuti kepentingan bersama. Daripada menganggap anggota sebagai lawan di dalam proses pertukaran, perusahaan merasa mereka sebagai organisasi yang berharga di dalam saluran dan menentukan platform kepercayaan, keselarasan dan kerjasama untuk mencapai kepuasan yang saling menguntungkan. Tujuan utama didalam penciptaan platform adalah komunikasi yang berlimpah

dan interaksi personal, kehormatan/ rasa hormat, keadilan, konsensus, pengakuan kepentingan bersama dan penerimaan kebutuhan akan perilaku yang terkoordinasi.

Elemen-elemen yang merupakan pendekatan dari kemitraan adalah pembuatan kontrak-kontrak dan tujuan-tujuan. Kontrak secara jelas menetapkan tanggung jawab dari kedua belah pihak serta balas jasa yang akan diberikan, jangka waktu dari perjanjian, cara-cara penyelesaian perselisihan dan lain sebagainya. Tujuan ditentukan di dalam kontrak dan atau ditentukan secara periodik berdasarkan kondisi yang berlaku. Ketika menetapkan sasaran didalam kerangka kerjasama rekanan, penekanan diberikan terhadap kejujuran dan keinginan bersama untuk mencapai kesepakatan.

Hubungan yang kuat antar saluran ini, merupakan elemen berikutnya setelah elemen diatas, karena pemimpin kemitraan mempertimbangkan bahwa hal ini penting untuk menunjukan/ menyatakan bagaimana dia bermaksud untuk menolong anggota untuk mencapai kepentingan bersama mereka. Bagaimanapun, hubungan yang kuat ini harus dilakukan terus-menerus dan didasarkan pada komunikasi yang luas dan khususnya kontak personal untuk memperkuat hubungan dan pengertian. Pemasar terus-menerus menjadi tertarik di dalam bagaimana dengan komunikasi dapat mengatur perusahaan untuk mempertinggi hasil dari saluran (Anderson and Narus, 1990, Anderson and Weitz, 1989, 1992; Boyle et al.1992; Frazier and Rody, 1991 dalam Mohr, Jakki.et.al, 1996). Argumen Bleeke dan Ernst (1993, p.xvi) mengatakan bahwa elemen yang paling penting dalam mencapai sukses di dalam pertukaran antar perusahaan adalah

komunikasi. Menurut Grabner and Rosenberg (1969), komunikasi adalah vital untuk kelanjutan manajemen hubungan saluran.

Anggota saluran biasanya membutuhkan saran/ nasihat sejak mereka bermaksud untuk menjadi perusahaan kecil dengan spesialisasi pengelolaan/ manajerial yang tidak cukup (Shipley, 1987; Webster, 1976; dalam Shipley dan Egan, 1992). Biasanya untuk menjadi lebih besar dan secara manajerial lebih mempunyai keahlian, produsen meningkatkan kinerja saluran dengan menyediakan pengetahuan produk, training pemasaran, training finansial, dan kemampuan lainnya (Rosenbloom, 1978; Shipley, 1987; Shipley dan Egan, 1992).

Perusahaan (dalam hal ini PERTAMINA) mengakui ada kunci yang dibutuhkan mendukung dan memotivasi anggota yang lain. Dukungan-dukkungan tersebut termasuk informasi pasar, dan training. Dukungan-dukkungan membangun motivasi (Hardy dan Magrath, 1988; dalam Shipley dan Egan, 1992) yang juga dapat ditimbulkan dengan imbalan finansial, hubungan jangka panjang, tujuan-tujuan yang adil, pengakuan, dan tipe lain dari komunikasi dan bentuk lain dari kerjasama (Sibley dan Teas, 1979; Shipley, 1987; dalam Shipley dan Egan, 1992).

Evaluasi dan kontrol adalah (Shipley dan Egan, 1992) elemen integral dari kemitraan saluran yang efektif. Evaluasi dari perilaku anggota dan kinerja dibutuhkan untuk membangun dan mempertahankan kinerja saluran. Berbagai kriteria yang digunakan yang biasanya penting adalah kinerja penjualan dan pemeliharaan komitmen (Shipley, Cook, dan Bennet, 1989). Pemimpin mengakui bagaimanapun, bahwa evaluasi harus adil/ fair dan ditunjukan di dalam tujuan yang jelas dan kondisi yang umum. Kontrol merupakan elemen akhir dari variabel

kemitraan. Kadang-kadang pemimpin dibenarkan dalam menghapuskan/mencabut kontrak sebagai sanksi terakhir. Bagaimanapun di dalam kemitraan pemimpin mengakui bahwa hal ini seringkali lebih produktif untuk melihat diluar ukuran-ukuran untuk menghukum, untuk mengevaluasi kondisi dan untuk memberikan dorongan, saran/ nasihat dan dukungan material.

Secara ringkas, kemitraan meningkatkan kerjasama antar saluran dan mengurangi konflik berdasarkan sumber-sumber kewenangan bukan paksaan, komunikasi, saling kerjasama dan keadilan. Sehingga nantinya efektifitas saluran distribusi dapat dengan mudah dicapai. Berdasarkan indikasi ini, maka hipotesis yang disusun adalah sebagai berikut :

H₂: Terdapat hubungan positif antara kemitraan dengan efektifitas saluran distribusi.

Semakin baik kemitraan/hubungan kerja dalam saluran, maka semakin efektif saluran distribusinya.

2.3 Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh Dwyer (1980) mengenai kewenangan saluran menemukan bahwa kewenangan diaplikasikan untuk membangun kerjasama, dan bersifat tidak memaksa adalah lebih produktif daripada kewenangan untuk memaksa. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Shipley dan Egan (1992) yang melakukan penelitian terhadap perusahaan pembuat bir di Inggris dengan anggota saluran-saluran distribusinya (*tenant*) juga menemukan bahwa penggunaan dari tipe kewenangan yang salah di dalam jalan yang keliru

mengakibatkan terlalu sedikit kerjasama antara anggota saluran dan terlalu banyak konflik. Dimana kewenangan yang memaksa digunakan terlalu berlebihan dan kewenangan di dalam memberikan penghargaan tidak digunakan secara cukup. Dari penelitian tersebut dapat diinterpretasikan bahwa penggunaan kewenangan saluran tersebut mengakibatkan atau berpengaruh pada efektifitas saluran distribusi, dimana efektifitas tersebut mengacu pada keadaan yang diinginkan dimana kinerja saluran merefleksikan desain sistem suplai dan manajemen dimana kebutuhan pelanggan itu sebagai fokusnya.

Dari penelitian yang dilakukan oleh Shipley dan Egan (1992) mengenai kemitraan terhadap perusahaan pembuat bir dengan anggota saluran-saluran distribusinya (*tenant*) adalah bahwa mereka mengakui nilai dari pendekatan kemitraan terhadap hubungan-hubungan dari saluran, dan hal ini dapat diramalkan bahwa *tenant* juga mempunyai pandangan yang sama. Lebih dari itu perusahaan-perusahaan pembuat bir juga telah menciptakan sebuah kondisi saluran kerjasama lewat hubungan yang wajar yang didasarkan pada sebuah pengertian dari masalah dan kebutuhan dari *tenant*. Mereka merasa bahwa mereka sendiri sebagai penyedia dukungan yang luas untuk *tenant* dan telah mengadakan komunikasi yang efektif dengan mereka. Sebaliknya, *tenant* merasa bahwa dukungan dan komunikasi saluran perusahaan pembuat bir adalah tidak cukup; mereka menganggap bahwa perusahaan-perusahaan pembuat bir tidak mengerti kebutuhan-kebutuhan dan masalah-masalah mereka; menganggap bahwa dua pihak mempunyai tujuan yang bertentangan; menganggap bahwa perusahaan-perusahaan pembuat bir tersebut tidak membuat kepemimpinan atau kemitraan

yang efektif; menganggap bahwa syarat-syarat dan kondisi dari kontrak sewa-menewa mereka adalah tidak memuaskan dan imbalan-imbalan mereka dipaksa oleh tindakan-tindakan yang bersifat membatasi dari perusahaan pembuat bir. Tinjauan dari literatur manajemen saluran betul-betul menyarankan lebih awal bahwa dalam kondisi atau situasi demikian, *tenant* akan menjadi frustrasi dan tidak termotivasi, konflik menjadi dapat tidak terelakan dan kerjasama serta kinerja saluran akan secara merugikan akan berpengaruh. Sehingga efektifitas saluran distribusi tidak dapat tercapai. Oleh karena itu disarankan bahwa perusahaan-perusahaan pembuat bir harus berusaha keras untuk lebih membangun motivasi dan kerjasama di dalam saluran dan mengurangi konflik substansial yang dirasakan oleh *tenant* dengan memperkenalkan sebuah pendekatan kemitraan seperti yang telah disebutkan diatas.

2.4. Kerangka Pemikiran Teoritis dan Pengembangan Model

Berdasarkan pada penelitian-penelitian terdahulu dan telaah pustaka yang membahas mengenai pencapaian saluran distribusi yang efektif yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, maka dikembangkanlah kerangka pemikiran teoritis yang mendasari penelitian ini seperti dapat dilihat pada gambar 2.3 berikut ini.

2.5. Hipotesis dan Dimensionalisasi model

2.5.1. Hipotesis

Dari semua uraian tersebut diatas, maka hipotesis yang dapat diajukan adalah sebagai berikut :

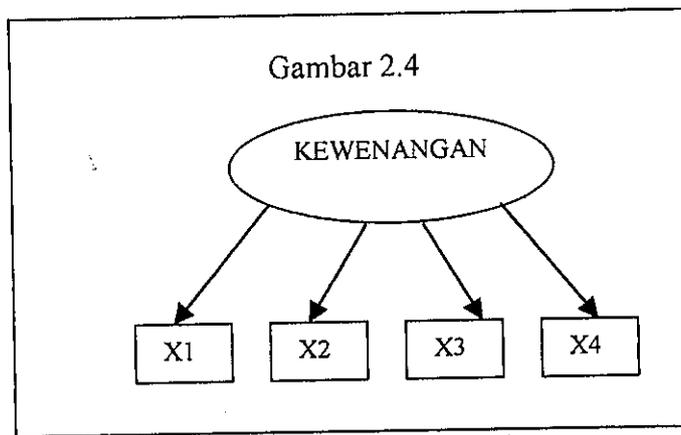
1. H_1 : Terdapat hubungan positif antara kewenangan dengan efektivitas saluran distribusi.
Semakin besar kewenangan yang digunakan, maka semakin efektif saluran distribusi yang digunakan.
2. H_2 : Terdapat hubungan positif antara kemitraan dengan efektivitas saluran distribusi.
Semakin baik kemitraan/hubungan kerja antar saluran, maka semakin efektif saluran distribusinya.

2.5.2. Dimensionalisasi Model

2.5.2.1. Dimensionalisasi Kewenangan

Variabel kewenangan merupakan satu dari anggota saluran yang mempunyai sumber pengaruh yang mampu untuk mengontrol variabel-variabel keputusan di dalam strategi pemasaran terhadap anggota lainnya (target pengaruh) dari saluran pada tingkat distribusi yang berbeda. Keputusan tersebut misalnya Perusahaan (PERTAMINA) memberikan teguran atau sanksi kepada agen yang tidak mendistribusikan minyak tanah dengan baik kepada konsumen. Variabel kewenangan ini mempunyai empat indikator yaitu : keahlian yang kompeten, hak dan wewenang, sanksi terhadap ketidakpatuhan, dan penghargaan/imbalan.

Indikator-indikator yang dikembangkan untuk menjelaskan variabel kewenangan dapat dilihat dalam gambar berikut ini.



Keterangan :

X1 : keahlian yang kompeten

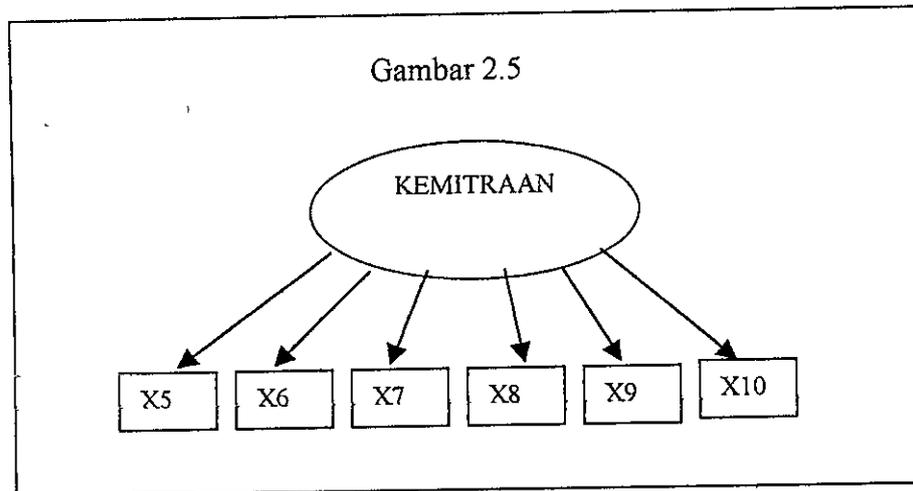
X2 : hak dan wewenang

X3 : sanksi terhadap ketidakpatuhan

X4 : penghargaan/imbalan

2.5.2.1. Dimensionalisasi Kemitraan

Kemitraan dalam konteks ini secara normal diperlakukan sebagai hubungan informal yang mana mitra kerja secara efektif mengakui dan mengikuti kepentingan bersama. Variabel kemitraan ini mempunyai indikator sebagai berikut: tanggung jawab terhadap kontrak, hubungan yang kuat, saran/nasehat, dorongan dan motivasi, evaluasi, dan kontrol. Indikator-indikator yang dikembangkan untuk menjelaskan variabel kemitraan adalah sebagai berikut :



Keterangan :

X5 : tanggung jawab terhadap kontrak

X6 : hubungan yang kuat

X7 : saran/nasehat

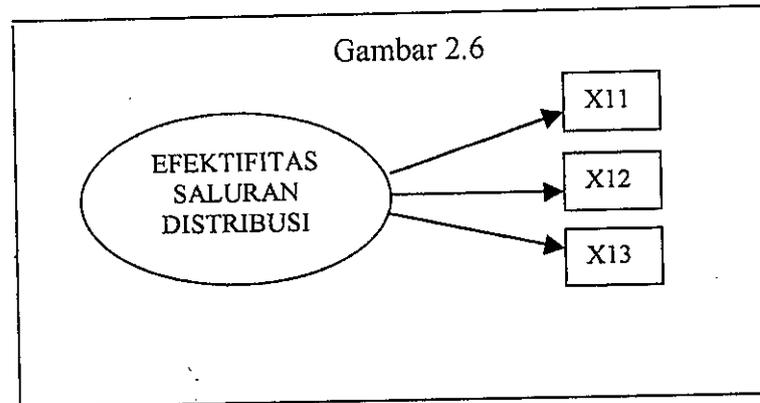
X8 : dorongan dan motivasi

X9 : evaluasi

X10 : kontrol

2.5.2.2. Dimensionalisasi Efektivitas Saluran Distribusi

Efektivitas di sini merupakan suatu tindakan yang memberikan hasil yang dikehendaki atau berhasil guna. Di dalam penelitian ini variabel efektivitas saluran distribusi mempunyai tiga indikator, yaitu : ukuran lot (menyeluruh), waktu pengiriman (tepat), dan pencarian (cepat). Indikator-indikator yang dikembangkan untuk variabel efektivitas saluran distribusi dapat dilihat pada gambar berikut ini :



Keterangan :

X11 : ukuran lot (menyeluruh)

X12 : waktu pengiriman (tepat)

X13 : pencarian (cepat)

Secara keseluruhan penentuan atribut dan indikator dalam penelitian ini terdapat pada tabel 2.1 berikut ini. Penentuan untuk variabel dependent dan independent dalam model penelitian ini terbagi dalam dalam 1 tahap, yaitu variabel kewenangan dan kemitraan merupakan variabel independen, sedangkan variabel dependennya adalah variabel efektivitas saluran distribusi. Secara ringkas dapat disajikan dalam tabel .2.1. berikut ini :

Tabel 2.1.
Kesatuan Model Variabel Penelitian

Variabel/Atribut	Nama Indikator
Kewenangan	X1 : keahlian yang kompeten X2 : hak dan wewenang X3 : sanksi terhadap ketidakpatuhan X4 : penghargaan/imbalan
Kemitraan	X5 : tanggung jawab terhadap kontrak X6 : hubungan yang kuat X7 : saran/nasehat X8 : dorongan dan motivasi X9 : evaluasi X10 : kontrol
Efektifitas Saluran Distribusi	X11 : ukuran lot (menyeluruh) X12 : waktu pengiriman (tepat) X13 : pencarian (cepat)

Sumber : dikembangkan untuk tesis ini

Tabel 2.2.
Penentuan Variabel Dependent - Independent

Tahap	Variabel Dependent	Variabel Independent
I	Efektifitas Saluran Distribusi	- Kewenangan - Kemitraan

Sumber : dikembangkan untuk tesis ini

Berikut ini akan ditampilkan definisi operasional variabel yang digunakan dalam penelitian ini, yang dapat dilihat dalam tabel 2.3 berikut ini.

Tabel 2.3.
Dimensionalisasi Model

Hipotesis	Konsep & Nama Variabel	Definisi operasional
H ₁ : kewenangan → efektivitas saluran distribusi.	Kewenangan digunakan untuk mempengaruhi efektivitas saluran distribusi.	10 point skala pada 4 item untuk mengukur kewenangan
H ₂ : kemitraan → efektivitas saluran distribusi.	Kemitraan digunakan untuk mempengaruhi efektivitas saluran distribusi.	10 point skala pada 6 item untuk mengukur kemitraan

Sumber : dikembangkan untuk tesis ini

2.6. Kesimpulan

Pada bab ini, menjelaskan mengenai sebuah kerangka pemikiran teoritis tentang efektivitas saluran distribusi. Topik penelitian dibagi menjadi tiga yaitu kewenangan, kemitraan, dan efektivitas saluran distribusi. Dalam rangka untuk mengeksplorasi bidang penelitian yang dibagi dalam bidang utama, hipotesis telah dikembangkan bersama dengan menggunakan model yang menunjukkan hubungan antar bagian tersebut.

BAB III

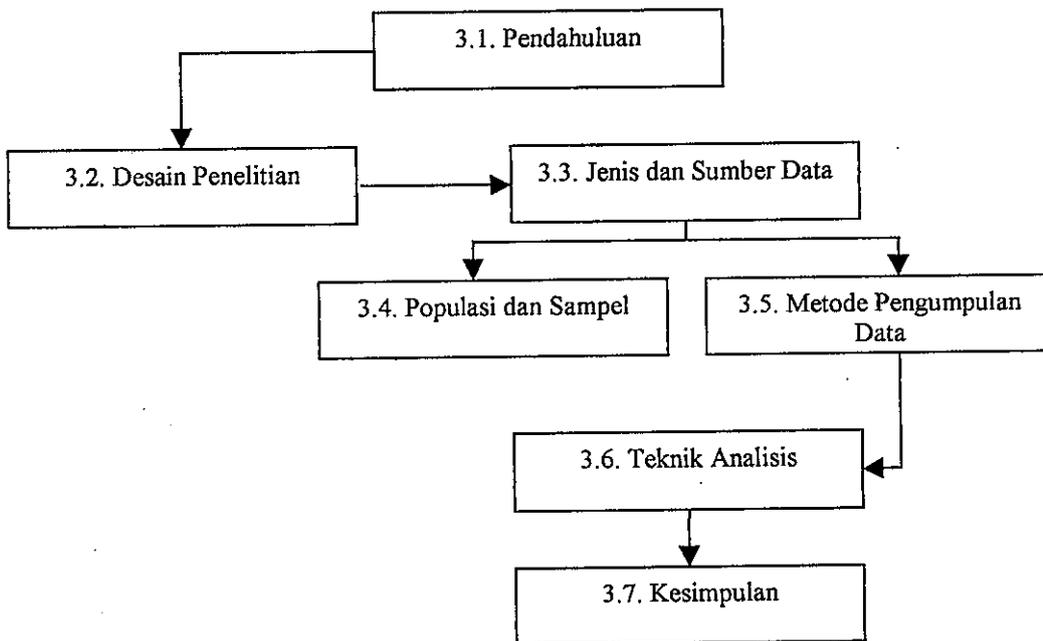
METODE PENELITIAN

3.1. Pendahuluan

Pada bab ini menggambarkan lapangan atau obyek penelitian yang diarahkan untuk menganalisis suatu model mengenai efektifitas saluran distribusi minyak tanah. Sebuah kerangka pemikiran teoritis dan model telah dikembangkan pada bab dua, yang akan digunakan sebagai landasan teori untuk penelitian ini.

Bagian utama bab tiga disusun dalam sub bab seperti yang ditunjukkan gambar 3.1.

Gambar 3.1
Garis Besar Bab III



Sumber : dikembangkan untuk tesis ini

3.2. Desain Penelitian

Desain penelitian terdiri dari beberapa tipe. Tiga tipe desain perencanaan yang diidentifikasi dalam literatur : penelitian eksploratory, deskriptif dan kausal (Zikmund, 1994). Secara singkat penjelasan dari tipe desain penelitian adalah seperti pada tabel 3.1.

Tabel 3.1.
Tipe-tipe Penelitian Bisnis

	Penelitian Eksploratory	Penelitian Deskriptif	Penelitian Kausal
Petunjuk	<ul style="list-style-type: none"> - Untuk menjelaskan masalah yang meragukan - Untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik mengenai dimensi-dimensi permasalahan. - Biasanya dilakukan dengan harapan bahwa penelitian selanjutnya akan dibutuhkan untuk menunjukkan fakta yang menyakinkan. - Membantu mewujudkan masalah dan mengidentifikasi informasi yang dibutuhkan untuk penelitian yang akan datang. 	<ul style="list-style-type: none"> - Menggambarkan karakteristik suatu fenomena atau populasi. - Mencari untuk menentukan jawaban dari pertanyaan siapa, apa, kapan, dimana, dan bagaimana. - Tidak menunjuk jawaban untuk pertanyaan mengapa (sifat kausal). - Berdasarkan beberapa pemahaman sebelumnya dari dasar permasalahan penelitian. - Sifat dasarnya adalah analisis diagnosa. Penemuannya tidak menunjukan fakta dari sebuah sifat kausal. 	<ul style="list-style-type: none"> - Untuk mengidentifikasi hubungan sebab dan akibat antara variabel. - Peneliti mencari tipe-tipe sesungguhnya dari fakta untuk membantu memahami dan memprediksi hubungan. - Menetapkan pendekatan kausal dari kejadian-kejadian yang berurutan. - Mengukur variasi antara penyebab yang diduga dan akibat yang diduga. - Mengenal kehadiran atau ketidakhadiran alternatif penjelasan yang masuk akal dari faktor-faktor kausal
Pertanyaan	Ada apa dalam model	Apa nilai dan hubungan	Apa mengendalikan apa

Sumber : Zikmund pada Augusty Ferdinand, 1999

Penelitian ini termasuk dalam ketiga tipe penelitian bisnis di atas, sebab permasalahan yang ditampilkan dalam penelitian ini merupakan permasalahan yang dianjurkan oleh para peneliti terdahulu yang membutuhkan dukungan untuk fakta yang terbaru. Dalam mengumpulkan data sampai dengan memberi implikasi menggunakan kombinasi dari ketiga penelitian diatas.

Penelitian eksploratory selain untuk mengolah hasil penelitian terdahulu, juga untuk merumuskan permasalahan dan mengidentifikasi untuk penelitian selanjutnya. Tipe ini digunakan untuk menyusun bab I dan bab II.

Penelitian deskriptif digunakan untuk menjelaskan analisis permasalahan, melakukan pemahaman dasar pada teori dan hasil penelitian terdahulu, untuk kemudian mengungkapkan hipotesis yang akan diuji. Tipe ini digunakan pada bab I.

Penelitian kausal digunakan untuk mengembangkan model penelitian yang bertujuan untuk menguji hipotesis penelitian yang telah ditentukan pada bab sebelumnya. Dari model penelitian yang telah dikembangkan ini diharapkan akan menjelaskan hubungan antar variabel sekaligus membuat suatu implikasi yang dapat digunakan untuk peramalan atau prediksi.

Miller (1991) mengembangkan cara yang berbeda untuk membedakan tipe penelitian bisnis, seperti yang ditunjukkan pada tabel 3.2 berikut ini :

Tabel 3.2
Tipe-tipe Penelitian Bisnis

Karakteristik	Basic (murni)	Terapan (kebijakan-tindakan-penggunaan)	Evaluasi (penaksiran-penilaian)
Sifat dasar dari permasalahan.	Penelitian ilmu murni yang mencari pengetahuan baru mengenai fenomena kelompok, membantu menetapkan prinsip-prinsip umum untuk menjelaskan.	Penelitian ilmu terapan yang mencari untuk memahami kelompok masalah dan untuk menyediakan kebijakan yang dibuat dengan baik berdasarkan pedoman untuk tindakan perbaikan.	Evaluasi penelitian untuk memperkirakan hasil dari cara terapan pada kelompok masalah atau hasil dari praktek umum.
Tujuan penelitian	Untuk menghasilkan pengetahuan baru yang mencakup penemuan dari hubungan dan kapasitas untuk memprediksi hasil dalam bermacam-macam kondisi.	Untuk menjamin kebutuhan pengetahuan yang dapat segera digunakan untuk membuat kebijakan yang dicari untuk menghilangkan atau mengurangi kelompok masalah.	Untuk menyediakan sebuah hasil perhitungan yang akurat secara sosial dari sebuah cara atau program terapan dari sebuah kelompok masalah.
Pedoman teori	Memilih teori untuk menuntun pengujian hipotesis dan menyediakan dukungan untuk teori yang diuji.	Memilih teori, petunjuk atau intuisi, prasangka untuk menyelidiki dinamika dari sistem sosial.	Memilih teori untuk memantapkan masalah dalam pengamatan taksiran sebagai cara untuk mengaitkan penemuan pada teori baru atau pendirian.
Ketepatan teknik	Formulasi teori, pengujian hipotesis, sampel, teknik pengumpulan data (observasi langsung, wawancara, kuesioner, skala pengukuran), statistik data, validasi atau penolakan hipotesis.	Mencari akses individu dan menanyakan pelaku-pelaku sebagai perasaan dan pikiran yang bersamaan, mendapatkan atribut-atribut dan membuat evaluasi mengenai faktor diri sendiri, yang lain atau situasional, berkenaan penjelasan yang penting sebagai hipotesis yang telah diuji.	Menggunakan semua ketepatan teknik konvensional pada masalah

Sumber : Miller pada Agusty Ferdinand 1999

Tabel 3.3.
Fokus, Orientasi dan Tipe Penelitian

Fokus Penelitian	Orientasi Penelitian	Tipe Penelitian
Untuk identifikasi variabel-variabel kewenangan, kemitraan, efektifitas saluran distribusi dan kepuasan konsumen.	Eksploratory dan Deskriptif	Basic
Untuk analisa hubungan antara kewenangan dan kemitraan dengan efektifitas saluran distribusi.	Kausal	Terapan

Sumber : dikembangkan untuk tesis ini.

3.3. Jenis dan Sumber Data

1. Data Primer

Merupakan data yang berasal langsung dari sumber data yang dikumpulkan secara khusus dan berhubungan langsung dengan permasalahan yang diteliti (Cooper & Emory, 1995). Di dalam penelitian ini, data primer yang diambil adalah sebagai berikut ;

- 1) Keterangan-keterangan yang didapat dari pihak-pihak yang berwenang di dalam perusahaan tersebut.
- 2) Data yang diperoleh dari angket responden kelompok agen, pangkalan, dan pengecer minyak tanah yang mengisi daftar kuesioner yang disebarakan.

2. Data Sekunder

Merupakan jenis data yang ada kaitannya dengan masalah yang diteliti. Data-data sekunder tersebut adalah sebagai berikut :

- 1) Data pendukung yang diperoleh dari luar perusahaan seperti buku-buku dan literatur-literatur yang berhubungan dengan masalah-masalah pemasaran, saluran distribusi, dan teori-teori yang diperoleh penulis.
- 2) Data yang diperoleh dari laporan-laporan yang disediakan oleh perusahaan yang berhubungan dengan penelitian.

3.4. Populasi dan Sampel

3.4.1. Populasi

Populasi merupakan kumpulan individu atau obyek penelitian yang memiliki kualitas-kualitas serta ciri-ciri yang telah ditetapkan. Berdasarkan kualitas dan ciri tersebut, populasi dapat dipahami sebagai sekelompok individu atau obyek pengamatan yang minimal memiliki satu persamaan karakteristik (Cooper & Emory, 1995). Dalam penelitian ini, populasi yang digunakan adalah agen, pangkalan, dan pengecer minyak tanah di RAYON V PERTAMINA UPPDN IV Cabang Yogyakarta, dimana PERTAMINA UPPDN IV Cabang Yogyakarta ini merupakan cabang dari PERTAMINA UPPDN IV Semarang Jawa Tengah.

Di dalam memasarkan bahan bakar minyak tanahnya, PERTAMINA UPPDN IV Semarang Jawa Tengah dibagi menjadi 5 Rayon, yaitu :

1. Rayon I, mempunyai daerah penjualan meliputi Semarang dan sekitarnya.
2. Rayon II, mempunyai daerah penjualan meliputi Cepu, Kudus dan sekitarnya.
3. Rayon III, mempunyai daerah penjualan meliputi Tegal, Brebes, Pekalongan dan sekitarnya.
4. Rayon IV, mempunyai daerah penjualan meliputi Cilacap, kabupaten Banyumas, Kebumen dan sekitarnya.
5. Rayon V, mempunyai daerah penjualan meliputi Solo, Yogyakarta dan sekitarnya.

Karena wilayah penjualan PERTAMINA UPPDN IV Semarang Jawa Tengah sangat luas, maka penelitian ini dibatasi hanya pada agen, pangkalan, dan pengecer minyak tanah di daerah pemasaran Rayon V PERTAMINA Cabang Yogyakarta, karena yang mempunyai jumlah agen, pangkalan dan pengecer yang paling banyak dibandingkan dengan keempat rayon yang lainnya.

3.4.2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang memiliki karakteristik yang relatif sama dan dianggap bisa mewakili populasi (Singarimbun, 1991). Teknik pengambilan sampel yang digunakan di dalam penelitian ini untuk tahap pertama adalah *geographical random sampling*, yaitu sampel dibagi kedalam daerah-daerah berdasarkan pada jumlah agen, pangkalan dan pengecer yang terbanyak. Kemudian untuk tahap yang kedua dengan menggunakan *stratified random sampling*, yaitu metode pemilihan sampel dengan cara membagi populasi kedalam kelompok-kelompok yang homogen yang disebut strata dan kemudian sampel

diambil dari masing-masing strata tersebut (Supramono, SE, 1993). Data-data yang diberikan untuk mengetahui jumlah agen, pangkalan dan pengecer di wilayah rayon V PERTAMINA UPPDN IV, yaitu wilayah Yogyakarta dan Solo.

Tabel 3.4
Jumlah agen, pangkalan dan pengecer di wilayah Rayon V PERTAMINA UPPDN IV Cabang Yogyakarta

WILAYAH	AGEN	PANGKALAN	PENGEKER	JUMLAH
YOGYA	25	1182	1545	2752
SOLO	30	965	1253	2248

Sumber : Penjualan PERTAMINA UPPDN IV Cabang Yogyakarta, 2001

Penentuan jumlah sampel ditentukan dengan menggunakan rumus berikut ini (Rao, 1996).

$$n = \frac{N}{1 + N (\text{moe})^2}$$

n : jumlah sampel

N : populasi

(moe) : *margin of error max*, yaitu tingkat kesalahan maksimum yang masih dapat ditoleransi.

$$N = \frac{N}{1 + 5000 (10\%)^2}$$

$$= 98,04 \approx 100$$

Sementara itu penentuan sampel menurut Hair et al. (1995) memegang peranan penting dalam estimasi dan interpretasi hasil terutama bila menggunakan analisis *Structural Equation Modeling* (SEM). Ukuran sampel yang ideal dan

representatif adalah tergantung pada jumlah indikator dikalikan lima sampai sepuluh.

Dengan demikian sampel untuk penelitian ini adalah :

$$\text{Jumlah indikator} = 13$$

$$\text{Sampel minimal} = 13 \times 7$$

$$= 91$$

Jadi jumlah sampel dalam penelitian ini minimal 100 responden, sesuai dengan sampel minimal hasil perhitungan dengan rumus Rao (1996) dan rumus Hair et. al (1995) mengenai sampel yang representatif untuk menggunakan teknik analisis SEM. Untuk mengantisipasi data yang cacat, maka dalam penelitian ini akan menggunakan 100 responden.

Dalam *stratified random sampling* tersebut pengambilan sampel tiap stratanya bersifat proporsional seperti terlihat pada tabel 3.5 berikut ini.

Tabel 3.5
Jumlah agen, pangkalan dan pengecer di wilayah Rayon V PERTAMINA UPPDN IV beserta jumlah Proporsinya

YOGYA	Jumlah Elemen	Jumlah Subyek (2% dari jumlah elemen)	SOLO	Jumlah Elemen	Jumlah Subyek (2% dari jumlah elemen)
Agen	25	1	Agen	30	1
Pangkalan	1182	23	Pangkalan	965	19
Pengecer	1545	31	Pengecer	1253	25
Jumlah	2752	55	Jumlah	2248	45

Catatan : penentuan proporsi sebesar 2% diperoleh dari 100/5000

Sumber : Jumlah agen, pangkalan dan pengecer di wilayah Rayon V PERTAMINA UPPDN IV Cabang Yogyakarta, 2001.

Jadi jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 orang, sesuai dengan saran Hair et.al., (1995) mengenai sampel yang representatif dengan menggunakan teknik analisis SEM.

3.5. Metode Pengumpulan Data

1. Wawancara

Mengadakan wawancara langsung dengan pimpinan perusahaan atau wakilnya yang ditunjuk oleh perusahaan atau pihak-pihak yang terkait dengan penelitian.

2. Pustaka

Mempelajari dokumen-dokumen perusahaan, literatur-literatur, majalah, serta bacaan lain dengan maksud untuk lebih mempermudah dalam membahas dan memecahkan masalah yang terkait dengan penelitian.

3. Angket (Kuesioner)

Menyebarkan angket (kuesioner) ke beberapa responden kalangan agen, pangkalan, dan pengecer pelanggan tetap bahan bakar minyak tanah, untuk melihat atau mengetahui tanggapan penggunaan kewenangan dan kemitraan serta respon terhadap bahan bakar minyak tanah di kalangan mereka.

Pengumpulan data dengan menggunakan angket tertutup, yaitu :

- ❖ Angket tertutup, yaitu angket yang digunakan untuk memperoleh data mengenai tanggapan pelaksanaan kewenangan dan kemitraan. Pernyataan-pernyataan dalam angket tertutup dibuat dengan menggunakan skala 1 –

10 untuk memperoleh data yang bersifat interval dan diberi skor atau nilai sebagai berikut :

- Untuk kategori pernyataan dengan jawaban sangat tidak setuju atau sangat setuju

Sangat tidak setuju

Sangat setuju

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Tabel 3.6.
Desain Inti Pertanyaan

Variabel	Item-item Pertanyaan	Skala Pengukuran
Kewenangan	Penggunaan kewenangan keahlian dalam tingkat efektivitas saluran distribusi. Penggunaan kewenangan keabsahan dalam tingkat efektivitas saluran distribusi. Penggunaan kewenangan paksaan dalam tingkat efektivitas saluran distribusi. Penggunaan kewenangan penghargaan dalam tingkat efektivitas saluran distribusi.	10 point skala digunakan mulai dari 1 (sangat tidak baik) sampai 10 (sangat baik)
Kemitraan	Penggunaan tanggung jawab terhadap kontrak dalam tingkat efektivitas saluran distribusi. Penggunaan hubungan yang kuat dalam tingkat efektivitas saluran distribusi. Penggunaan saran /nasehat dalam tingkat efektivitas saluran distribusi. Penggunaan dorongan dan motivasi dalam tingkat efektivitas saluran distribusi. Penggunaan evaluasi dalam tingkat efektivitas saluran distribusi. Penggunaan kontrol dalam tingkat efektivitas saluran distribusi.	10 point skala digunakan mulai dari 1 (sangat tidak baik) sampai 10 (sangat baik)
Efektifitas Saluran Distribusi	Pencapaian ukuran lot dari saluran distribusi minyak tanah. Pencapaian ukuran waktu pengiriman dari saluran distribusi minyak tanah. Pencapaian ukuran pencarian dari saluran distribusi minyak tanah.	10 point skala digunakan mulai dari 1 (sangat tidak efektif) sampai 10 (sangat efektif)

Sumber : Selnes 1993, Andreassen 1994, Gundersen et. al, 1996

3.6. Teknik Analisis

3.6.1. Analisa Kualitatif Deskriptif

Merupakan suatu analisis yang digunakan untuk tambahan dan menerangkan hasil penelitian tentang berbagai gejala atau kasus yang dapat diuraikan dengan menggunakan keterangan-keterangan yang tidak dapat diukur dengan angka-angka tetapi memerlukan penjabaran uraian yang jelas (Supranto, 1996). Jadi data-data yang dianalisis dan dievaluasi dengan menggunakan data angka-angka dengan memanfaatkan prosentase yang telah diolah dalam tabulasi kemudian dipredikatkan menjadi kata-kata atau kalimat.

3.6.2. Analisa Kuantitatif

Analisis data merupakan suatu proses penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan. Analisa kuantitatif ini merupakan suatu alat ukur yang digunakan di dalam suatu penelitian yang dapat dihitung dengan jumlah satuan tertentu dan dinyatakan dengan angka-angka.

Di dalam penelitian ini, metode yang digunakan adalah dengan menggunakan SEM (*Structural Equation Modeling*) yang merupakan paket dari *software* AMOS 4.0 dalam model pengujian hipotesis. Sebagai sebuah model persamaan struktur, AMOS telah sering digunakan dalam pemasaran dan penelitian manajemen strategik (Bacon, 1997). SEM merupakan sekumpulan teknik-teknik statistikal yang memungkinkan pengujian sebuah rangkaian hubungan relatif rumit secara simultan (Augusty Ferdinand, 2000).

Keunggulan aplikasi SEM (*Structural Equation Model*) dalam penelitian manajemen adalah karena kemampuannya untuk menampilkan sebuah model

komprehensif bersamaan dengan kemampuannya untuk mengkonfirmasi dimensi-dimensi dari sebuah konsep atau faktor (yang sangat lazim digunakan dalam manajemen) serta kemampuannya untuk mengukur pengeruh hubungan-hubungan yang secara teoritis ada. Biasanya, SEM dipandang sebagai kombinasi antara analisis faktor dan analisis regresi, dan tentu saja diaplikasikan secara terpisah hanya dalam analisis faktor (*Confirmatory Factor Analysis*) ataupun hanya dalam analisis regresi (Augusty Ferdinand, 2000).

Dalam menggunakan SEM ini, ada tujuh langkah yang harus dilakukan (Hair, Anderson, Tatham dan Black, 1995), yaitu :

1. Pengembangan model teoritis (model berbasis teori)

Langkah pertama dalam pengembangan model SEM adalah pencarian atau pengembangan sebuah model yang mempunyai justifikasi teoritis yang kuat. Setelah itu, model tersebut divalidasi secara empirik melalui pemrograman SEM. Pada dasarnya, SEM adalah sebuah '*confirmatory technique*', sebagai lawan dari *exploratory factor analysis*. Teknik ini digunakan untuk menguji sebuah teori yang untuk pembuktiannya dibutuhkan sebuah pengujian empirik. Pengujian empirik itulah yang dilakukan melalui SEM. SEM tidak digunakan untuk membentuk sebuah teori kausalitas, tetapi digunakan untuk menguji kausalitas yang sudah ada teorinya. Karena itu pengembangan sebuah teori yang berjustifikasi ilmiah adalah syarat utama dan pertama sebelum menggunakan pemodelan SEM ini.

2. Pengembangan diagram alur (*Path Diagram*)

Model teoritis yang telah dibangun pada langkah pertama akan digambarkan dalam sebuah path diagram. *Path diagram* tersebut akan mempermudah peneliti melihat hubungan–hubungan kausalitas yang ingin diuji. Di dalam pemodelan SEM, peneliti biasanya bekerja dengan *construct* atau *factor*, yaitu konsep yang memiliki pijakan teoritis yang cukup untuk menjelaskan berbagai bentuk hubungan. Konstruksi–konstruksi yang dibangun, dibedakan dalam dua kelompok, yaitu

1) Konstruksi Eksogen (*Exogenous Constructs*).

Konstruksi ini dikenal juga sebagai '*source variabel*' atau '*independent variabels*' yang tidak diprediksi oleh variabel yang lain dalam model.

2) Konstruksi Endogen (*Endogenous Constructs*)

Yaitu faktor–faktor yang diprediksi oleh satu atau beberapa konstruksi. Konstruksi endogen dapat memprediksi oleh satu atau beberapa konstruksi endogen lainnya, tetapi konstruksi eksogen hanya dapat berhubungan kausal dengan konstruksi endogen.

3. Konversi Diagram Alur kedalam Persamaan

Setelah teori model teoritis dikembangkan dan digambarkan dalam sebuah diagram alur, peneliti dapat mulai mengkonversi spesifikasi model tersebut kedalam rangkaian persamaan. Persamaan yang dibangun akan terdiri :

1) Persamaan-struktural (*structural equation*)

Persamaan ini dirumuskan untuk menyatakan hubungan kausalitas antar berbagai konstruk. Persamaan struktural pada dasarnya dibangun dengan pedoman berikut ini :

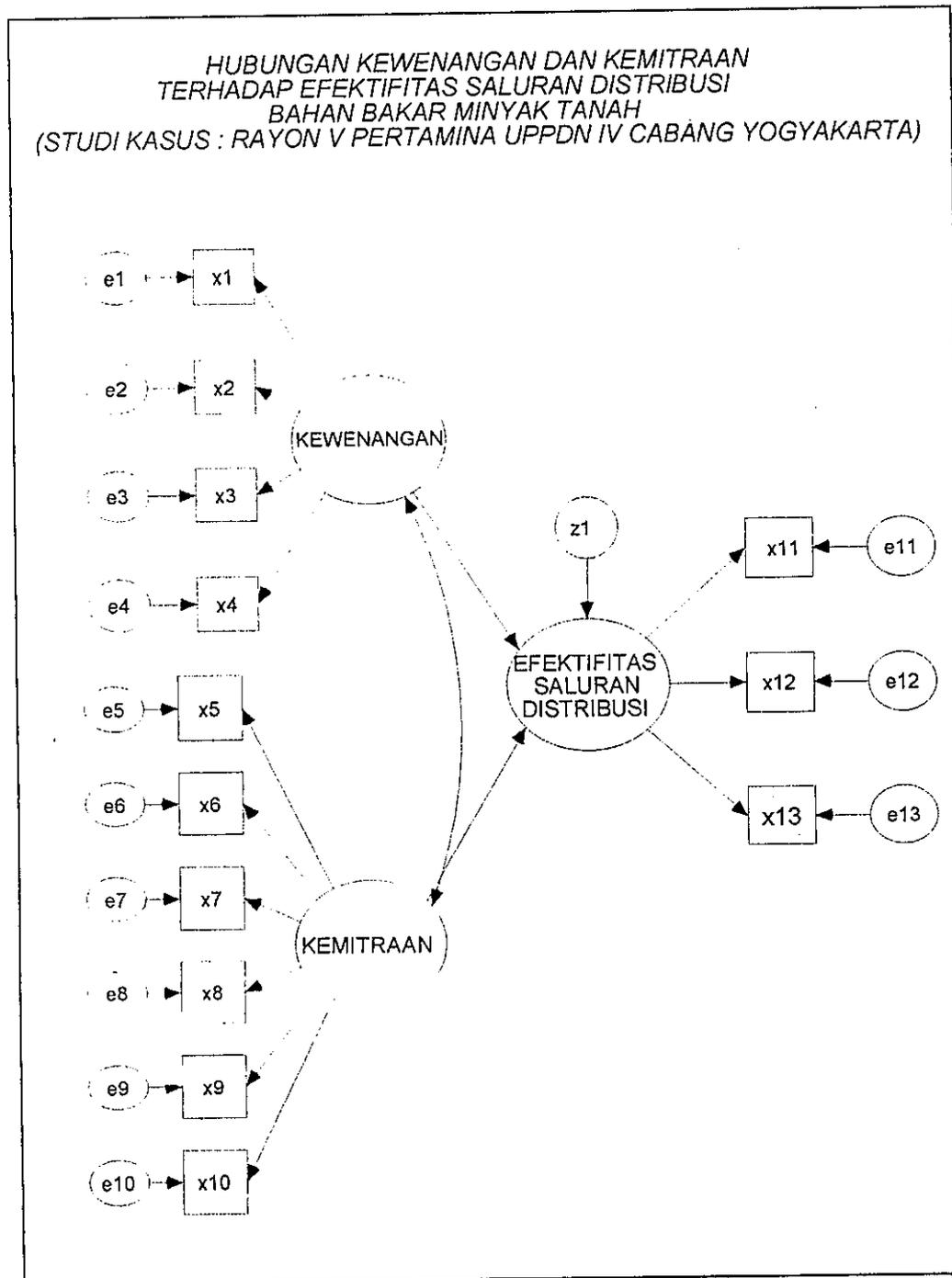
$$\text{Variabel Endogen} = \text{Variabel eksogen} + \text{variabel endogen} + \text{error}$$

2) Persamaan Spesifikasi model Pengukuran (*measurement model*)

Pada spesifikasi ini, peneliti menentukan variabel mana menentukan variabel mana mengukur konstruk mana, serta menentukan serangkaian matriks yang menentukan serangkaian matriks yang menunjukkan korelasi yang dihipotesakan antar konstruk atau variabel.

Komponen-komponen ukuran mengidentifikasi *latent variables* dan komponen-komponen struktural untuk mengevaluasi hipotesis hubungan kausal antara *latent variables* pada model kausal dan menunjukkan sebuah pengujian seluruh hipotesis dari model sebagai satu keseluruhan (Hayduk, 1987; Kline, 1996; Loehlin, 1992; Long, 1983). Persamaan dalam penelitian ini seperti terlihat pada gambar 3.2 berikut ini :

Gambar 3.2.
Structural Equation Model



Keterangan :

- X1 = Penggunaan keahlian yang kompeten dalam tingkat efektivitas saluran distribusi
 X2 = Penggunaan hak dan wewenang dalam tingkat efektivitas saluran distribusi
 X3 = Penggunaan sanksi terhadap ketidakpatuhan dalam tingkat efektivitas saluran distribusi
 X4 = Penggunaan penghargaan/imbalan dalam tingkat efektivitas saluran distribusi
 X5 = Penggunaan tanggung jawab terhadap kontrak dalam tingkat efektivitas saluran distribusi
 X6 = Penggunaan hubungan yang kuat dalam tingkat efektivitas saluran distribusi
 X7 = Penggunaan saran/nasihat dalam tingkat efektivitas saluran distribusi
 X8 = Penggunaan dorongan & motivasi dalam tingkat efektivitas saluran distribusi
 X9 = Penggunaan evaluasi dalam tingkat efektivitas saluran distribusi
 X10 = Penggunaan kontrol dalam tingkat efektivitas saluran distribusi
 X11 = Pencapaian ukuran lot (menyeluruh) dari saluran distribusi minyak tanah
 X12 = Pencapaian ukuran waktu pengiriman (tepat) dari saluran distribusi minyak tanah
 X13 = Pencapaian ukuran pencarian (cepat) dari saluran distribusi minyak tanah

Tabel 3.7
Model Pengukuran

Konsep Exogenous (model pengukuran)	Konsep Endogenous (model pengukuran)
X1 = $\lambda 1$ Kewenangan + $\epsilon 1$	X11 = $\lambda 11$ Efektivitas saluran distribusi + $\epsilon 11$
X2 = $\lambda 2$ Kewenangan + $\epsilon 2$	X12 = $\lambda 12$ Efektivitas saluran distribusi + $\epsilon 12$
X3 = $\lambda 3$ Kewenangan + $\epsilon 3$	X13 = $\lambda 13$ Efektivitas saluran distribusi + $\epsilon 13$
X4 = $\lambda 4$ Kewenangan + $\epsilon 4$	
X5 = $\lambda 5$ Kemitraan + $\epsilon 5$	
X6 = $\lambda 6$ Kemitraan + $\epsilon 6$	
X7 = $\lambda 7$ Kemitraan + $\epsilon 7$	
X8 = $\lambda 8$ Kemitraan + $\epsilon 8$	
X9 = $\lambda 9$ Kemitraan + $\epsilon 9$	
X10 = $\lambda 10$ Kemitraan + $\epsilon 10$	

Model Struktural

$$\text{Efektivitas saluran distribusi} = \gamma 1 \text{ Kewenangan} + \gamma 2 \text{ Kemitraan}$$

4. Memilih Matriks Input dan Estimasi Model

SEM menggunakan input data yang hanya menggunakan matrik varians/kovarians atau matrik korelasi untuk keseluruhan estimasi yang dilakukan. Matrik kovarian digunakan karena SEM memiliki keunggulan dalam menyajikan perbandingan yang valid antara populasi yang berbeda atau sampel yang berbeda, yang tidak dapat disajikan oleh korelasi (Hair et. Al.,1996 dalam Ferdinand, Augusty, 2000) menyarankan agar menggunakan matrik varians/ kovarians pada saat pengujian teori sebab lebih memenuhi asumsi–asumsi metodologi dimana standar error yang dilaporkan akan menunjukkan angka yang lebih akurat dibanding menggunakan matrik korelasi.

Untuk ukuran sampel (Hair et. Al.,1995) menemukan bahwa ukuran sampel yang sesuai untuk SEM adalah 100 – 200. Sedangkan untuk ukuran sampel minimum adalah sebanyak 5 observasi untuk setiap estimasi parameter. Bila estimasi parameternya berjumlah 20, maka jumlah sampel minimum adalah 100.

5. Menilai Problem Identifikasi

Problem identifikasi pada prinsipnya adalah problem mengenai ketidakmampuan dari model yang dikembangkan untuk menghasilkan estimasi yang unik.

Salah satunya solusi untuk problem identifikasi ini adalah dengan memberikan lebih banyak konstrain pada model yang dianalisis itu dan hal ini berarti mengeliminasi jumlah *estimated coefficients*. Bila tindakan ini diambil,

maka hasil yang didapat akhirnya adalah sebuah model yang *overidentified*. Jika setiap kali estimasi dilakukan muncul problem identifikasi ini, maka sebaiknya model ini dipertimbangkan ulang, antara lain dengan mengembangkan lebih banyak konstruk.

6. Evaluasi Kriteria *Goodness of Fit*

Pada langkah ini, kesesuaian model dievaluasi, melalui telaah terhadap berbagai kriteria *goodness of fit*. Untuk itu, tindakan pertama yang dilakukan adalah mengevaluasi apakah data yang digunakan dapat memenuhi asumsi-asumsi SEM, yaitu ukuran sampel, normalitas, dan linearitas, *outliers* dan *multikolinearity*, dan *singularity*. Dalam analisis SEM, tidak ada alat uji statistik tunggal untuk mengukur atau menguji hipotesa mengenai model (Hair et.al., 1995; Joreskog & Sorbom, 1989; Long, 1983; Tabachnick & Fidell, 1996). Berikut ini disajikan beberapa indeks kesesuaian dan *cut off* *valuenya* untuk digunakan dalam menguji apakah sebuah model dapat diterima atau ditolak.

1) χ^2 Chi Square Statistik

Alat uji paling fundamental untuk mengukur *overall fit* adalah *likelihood ratio Chi-Square statistic*. *Chi Square* ini bersifat sangat sensitif terhadap besarnya sampel yang digunakan. Karena itu bila jumlah sampel yang adalah cukup besar yaitu lebih dari 200 sampel, maka statistik *Chi-Square* harus didampingi oleh alat uji lainnya (Hair et.al., 1995; Tabachnick & Fidell, 1996 dalam Ferdinand Augusty, 2000). Model yang diuji akan dipandang baik atau memuaskan bila

chi-squarenya rendah. Semakin kecil nilai χ^2 , semakin baik model itu (karena dalam uji beda chi-square, $\chi^2 = 0$, berarti benar-benar tidak ada perbedaan, H_0 diterima) dan diterima berdasarkan probabilitas dengan *cut-off value* sebesar $p > 0.05$ atau $p > 10$ (Hulland et. al., 1996 dalam Ferdinand Augusty, 2000).

2) RMSEA – *The Root Mean Square Error of Approximation*

RMSEA adalah sebuah indeks yang dapat digunakan untuk mengkompensasi *chi-square statistic* dalam sampel yang besar (Baumgartner & Homburg, 1996). Nilai RMSEA menunjukkan *goodness of fit* yang dapat diharapkan bila model diestimasi dalam populasi (Hair et.al., 1995 dalam Ferdinand, Augusty 2000). Nilai RMSEA yang lebih kecil atau sama dengan 0.08 merupakan indeks untuk dapat diterimanya model yang menunjukkan sebuah *close fit* dari model itu berdasarkan *degrees of freedom* (Browne & Cudeck, 1993 dalam Ferdinand, Augusty, 2000).

3) GFI – *Goodness of Fit Index*

GFI adalah sebuah ukuran non-statistical yang mempunyai rentang nilai antara 0 (*poor fit*) sampai dengan 1.0 (*perfect fit*). Nilai yang tinggi dalam indeks ini menunjukkan sebuah *'better fit'*.

4) AGFI- *Adjusted Goodness of Fit Index*

GFI adalah analog dari R^2 dalam regresi berganda (Tanaka & Huba, 1989 dalam Ferdinand, Augusty, 2000). Tingkat penerimaan yang direkomendasikan adalah bila AGFI mempunyai nilai sama dengan

atau lebih besar dari 0.90 (Hair et.al., 1995; Hulland et.al., 1996 dalam Ferdinand, Augusty, 2000). Perlu diketahui bahwa baik GFI maupun AGFI adalah kriteria yang memperhitungkan proporsi tertimbang dari varians dalam sebuah matriks kovarians sampel. Nilai sebesar 0.95 dapat diinterpretasikan sebagai tingkatan yang baik—*good overall model fit* (baik) sedangkan besaran nilai antara 0.90 – 0.95 menunjukkan tingkatan cukup—*adequate fit* (Hulland et.al., 1996 dalam Ferdinand, Augusty, 2000).

5) CMIN/DF

CMIN/DF tidak lain adalah statistik *chi-square*. χ^2 dibagi DFnya disebut χ^2 relatif. Bila nilai χ^2 relatif kurang dari 2.0 atau 3.0 adalah indikasi dari *acceptable fit* antara model dan data (Arbuckle, 1997, dalam Ferdinand, Augusty 2000).

6) TLI (*Tucker Lewis Index*)

Merupakan *incremental index* yang membandingkan sebuah model yang diuji terhadap sebuah *baseline model*, dimana nilai yang direkomendasikan sebagai acuan untuk diterimanya sebuah model adalah ≥ 0.95 (Hair et.al., 1995) dan nilai yang mendekati 1 menunjukkan *a very good fit* (Arbuckle, 1997 dalam Ferdinand, Augusty, 2000).

7) CFI (*Comparative Fit Index*),

Rentang nilai sebesar 0 – 1, dimana bila mendekati 1, mengindikasikan tingkat fit yang paling tinggi (Arbuckle, 1997 dalam Ferdinand, Augusty 2000). Nilai yang direkomendasikan adalah $CFI \geq 0.95$. Secara ringkas, indeks–indeks yang dapat digunakan untuk menguji kelayakan sebuah model dapat dilihat pada tabel 3.6 berikut :

Tabel 3.8.
Goodness of fit Index

Goodness of fit index	Cut of value
χ^2 – Chi Square	Diharapkan kecil
Significance Probability	≥ 0.05
RMSEA	≥ 0.08
GFI	≥ 0.90
AGFI	≥ 0.90
CMIN/DF	≥ 2.00
TLI	≥ 0.95
CFI	≥ 0.95

Sumber : Augusty Ferdinand, 2000

7. Interpretasi dan Modifikasi Model

Langkah terakhir adalah menginterpretasikan model dan memodifikasikan model bagi model–model yang tidak memenuhi syarat pengujian yang dilakukan. Setelah model diestimasi, residualnya haruslah kecil atau mendekati nol dan distribusi frekuensi dari kovarians residual harus bersifat simetrik (Tabachnick dan Fidell, 1997 dalam Ferdinand, Augusty, 2000). Hair dkk, (1995) memberikan sebuah pedoman untuk mempertimbangkan perlu tidaknya modifikasi sebuah model yang dengan melihat jumlah residual yang

dihasilkan oleh model. Batas keamanan untuk jumlah residual adalah 5 %. Bila jumlah residual lebih besar dari 5% dari semua residual kovarians yang dihasilkan oleh model, maka sebuah modifikasi mulai perlu dipertimbangkan. Selanjutnya bila ditemukan bahwa nilai residual yang dihasilkan oleh model itu cukup besar (> 2.58), maka cara lain dalam memodifikasi adalah dengan mempertimbangkan untuk menambahkan sebuah alur baru terhadap model yang diestimasi itu. Modifikasi yang mungkin terhadap sebuah model yang diuji dapat dilakukan dengan pertama kali menguji *standardized residual* yang dihasilkan oleh model itu. *Cut off value* sebesar 2.58 (Hair et.al., 1995; Joreskog, 1993) dapat digunakan untuk menilai signifikan tidaknya residual yang dihasilkan oleh model. Nilai *residual value* yang lebih besar atau sama dengan ± 2.58 diinterpretasikan sebagai signifikan secara statistis pada tingkat 5 %, dan residual yang signifikan ini menunjukkan adanya *prediction error* yang substansial untuk sepasang indikator.

3.7. Kesimpulan

Pada bab III ini telah dijelaskan mengenai Metodologi Penelitian yang akan digunakan didalam studi. Desain penelitian dan metode pengumpulan data yang tepat telah diterangkan. Prosedur pengumpulan sampel digambarkan secara garis besar dan proses pengukuran telah dikembangkan.

BAB IV

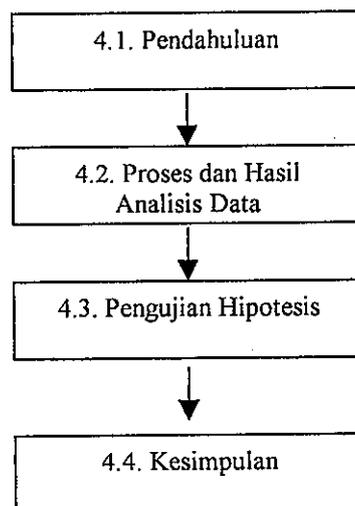
ANALISA DATA

4.1. Pendahuluan

Dalam bab ini akan disajikan profil dari data penelitian dan proses menganalisis data-data tersebut untuk menjawab pertanyaan penelitian dan hipotesis yang telah diajukan pada bab II dan bab III.

Analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *confirmatory factor analysis* dan *full model* dari *Structural Equation Model* (SEM) dengan tujuh langkah untuk mengevaluasi kriteria goodness of fit, seperti yang akan dibahas dalam bab IV ini.

Gambar 4.1
Garis Besar Bab IV



Sumber : dikembangkan untuk tesis ini

4.2. Proses dan Hasil Analisis Data

Dalam penelitian ini teknik analisa data yang digunakan adalah *Structural Equation Modeling* (SEM) yang terdiri dari tujuh tahap yaitu :

1. Pengembangan model berdasarkan teori

Model teoritis dalam penelitian ini telah digambarkan pada gambar 2.2 di bab II. Model penelitian tersebut terdiri dari 13 indikator untuk menguji adanya hubungan kausalitas antara kewenangan, kemitraan dan efektifitas saluran distribusi sesuai penjelasan pada tabel 2.1. pada bab II.

2. Pengembangan diagram alur path (*path diagram*)

Diagram alur untuk pengujian model penelitian telah digambarkan pada gambar 3.2 pada bab III yang dibuat berdasarkan kerangka pemikiran teoritis pada gambar 2.3 pada bab II.

3. Konversi diagram alur ke dalam persamaan

Persamaan untuk model penelitian telah dibuat seperti yang telah dijelaskan pada tabel 3.5. pada bab III.

4. Memilih matriks input dan estimasi model

Input data yang digunakan dalam penelitian ini adalah matriks varians/kovarians atau matriks korelasi untuk keseluruhan estimasi. Ukuran sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 responden yang terdiri dari agen, pangkalan dan pengecer. Program komputer yang digunakan adalah AMOS 4.0 dengan *maximum likelihood estimation*.

5. Menganalisis apakah model dapat diidentifikasi

Problem identifikasi model pada prinsipnya adalah problem mengenai ketidakmampuan model yang dikembangkan untuk menghasilkan estimasi yang unik. Gejala-gejala problem identifikasi antara lain :

- *Standard error* pada satu atau beberapa koefisien sangat besar.
- Muncul angka-angka yang aneh seperti *varians error* yang negatif.
- Muncul korelasi yang sangat tinggi antar koefisien estimasi ($>0,90$).

6. Evaluasi kriteria *goodness of fit*

Pengujian kesesuaian model dilakukan melalui telaah terhadap kriteria *goodness of fit* seperti telaah diuraikan pada bab III. Secara singkat kriteria indeks pengujian kelayakan model (*goodness of fit*) adalah seperti tabel 4.1

Tabel 4.1.
Indeks Pengujian Kelayakan Model
(*Goodness of fit Index*)

<i>Goodness of fit index</i>	<i>Cut of value</i>
$\chi^2 - Chi Square$	Diharapkan kecil
<i>Significancy Probability</i>	≥ 0.05
RMSEA	≥ 0.08
GFI	≥ 0.90
AGFI	≥ 0.90
CMIN/DF	≥ 2.00
TLI	≥ 0.95
CFI	≥ 0.95

Sumber : Augusty Ferdinand, 2000

7. Interpretasi dan modifikasi model

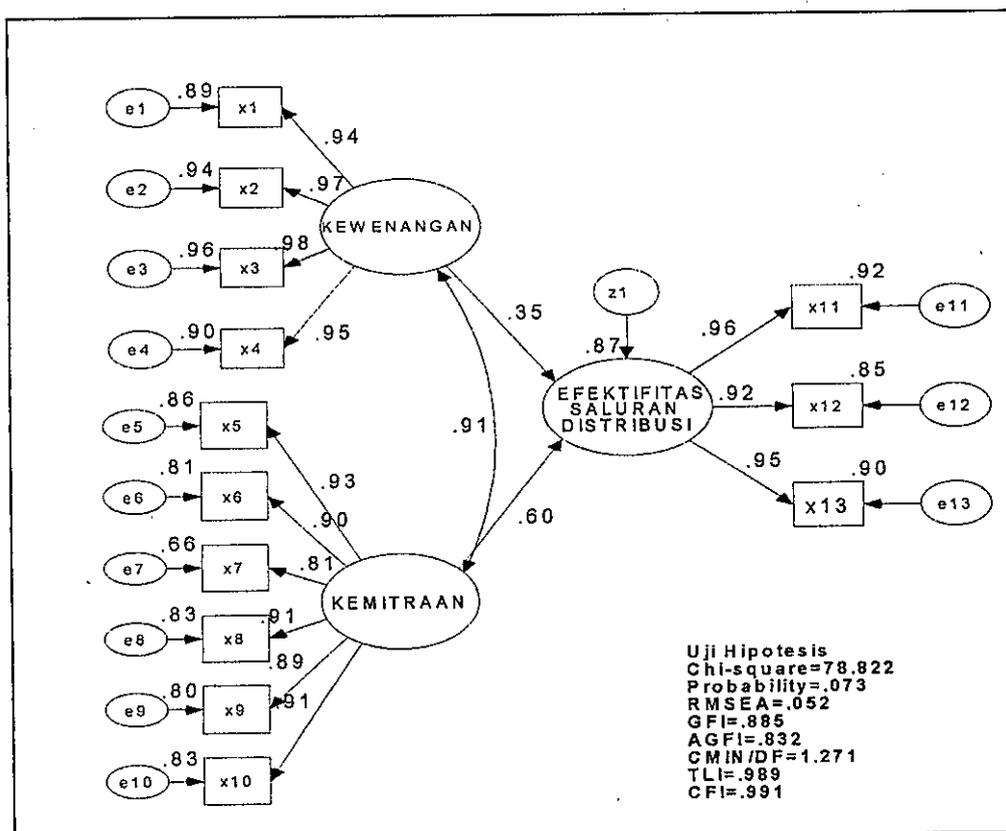
Pada tahap terakhir ini akan dilakukan interpretasi model dan memodifikasi model yang tidak memenuhi syarat pengujian.

4.2.1. Analisis Faktor Konfirmatori (*Confirmatory Factor Analysis*)

4.2.1.1. Analisis Faktor Konfirmatori 1

Model pengukuran untuk analisis faktor konfirmatori 1 meliputi dimensi-dimensi kewenangan dan kemitraan. Hasil dari analisis ini dapat dilihat pada gambar 4.2. dan tabel 4.3. berikut.

Gambar 4.2.
Analisis Faktor Konfirmatori Kewenangan,
Kemitraan dan Efektifitas Saluran Distribusi



Sumber : data primer yang diolah, 2001

Keterangan :

- X1 = Penggunaan keahlian yang kompeten dalam tingkat efektivitas saluran distribusi
 X2 = Penggunaan hak dan wewenang dalam tingkat efektivitas saluran distribusi
 X3 = Penggunaan sanksi terhadap ketidakpatuhan dalam tingkat efektivitas saluran distribusi
 X4 = Penggunaan penghargaan/imbalance dalam tingkat efektivitas saluran distribusi
 X5 = Penggunaan tanggung jawab terhadap kontrak dalam tingkat efektivitas saluran distribusi
 X6 = Penggunaan hubungan yang kuat dalam tingkat efektivitas saluran distribusi
 X7 = Penggunaan saran/nasehat dalam tingkat efektivitas saluran distribusi
 X8 = Penggunaan dorongan & motivasi dalam tingkat efektivitas saluran distribusi
 X9 = Penggunaan evaluasi dalam tingkat efektivitas saluran distribusi
 X10 = Penggunaan kontrol dalam tingkat efektivitas saluran distribusi
 X11 = Pencapaian ukuran lot (menyeluruh) dari saluran distribusi minyak tanah
 X12 = Pencapaian ukuran waktu pengiriman (tepat) dari saluran distribusi minyak tanah
 X13 = Pencapaian ukuran pencarian (cepat) dari saluran distribusi minyak tanah

Tabel 4.2
Standardized Regression Weight Kewenangan, Kemitraan dan Efektifitas Saluran Distribusi

	Estimate	S.E.	C.R.
EFEKTIFITAS_ SALURAN_DI <- KEWENANGAN	0.351	0.108	2.975
EFEKTIFITAS_ SALURAN_DI <- KEMITRAAN	0.604	0.129	4.964
x4 <----- KEWENANGAN	0.951		
x3 <----- KEWENANGAN	0.980	0.042	25.554
x2 <----- KEWENANGAN	0.971	0.042	24.080
x1 <----- KEWENANGAN	0.941	0.042	20.240
x10 <----- KEMITRAAN	0.912		
x9 <----- KEMITRAAN	0.894	0.064	14.511
x8 <----- KEMITRAAN	0.914	0.071	15.405
x7 <----- KEMITRAAN	0.810	0.075	11.369
x6 <----- KEMITRAAN	0.901	0.062	14.644
x5 <----- KEMITRAAN	0.925	0.069	15.779
x11 <- EFEKTIFITAS_ SALURAN_DISTRIBU	0.960		
x12 <- EFEKTIFITAS_ SALURAN_DISTRIBU	0.922	0.055	18.656
x13 <- EFEKTIFITAS_ SALURAN_DISTRIBU	0.949	0.046	21.297

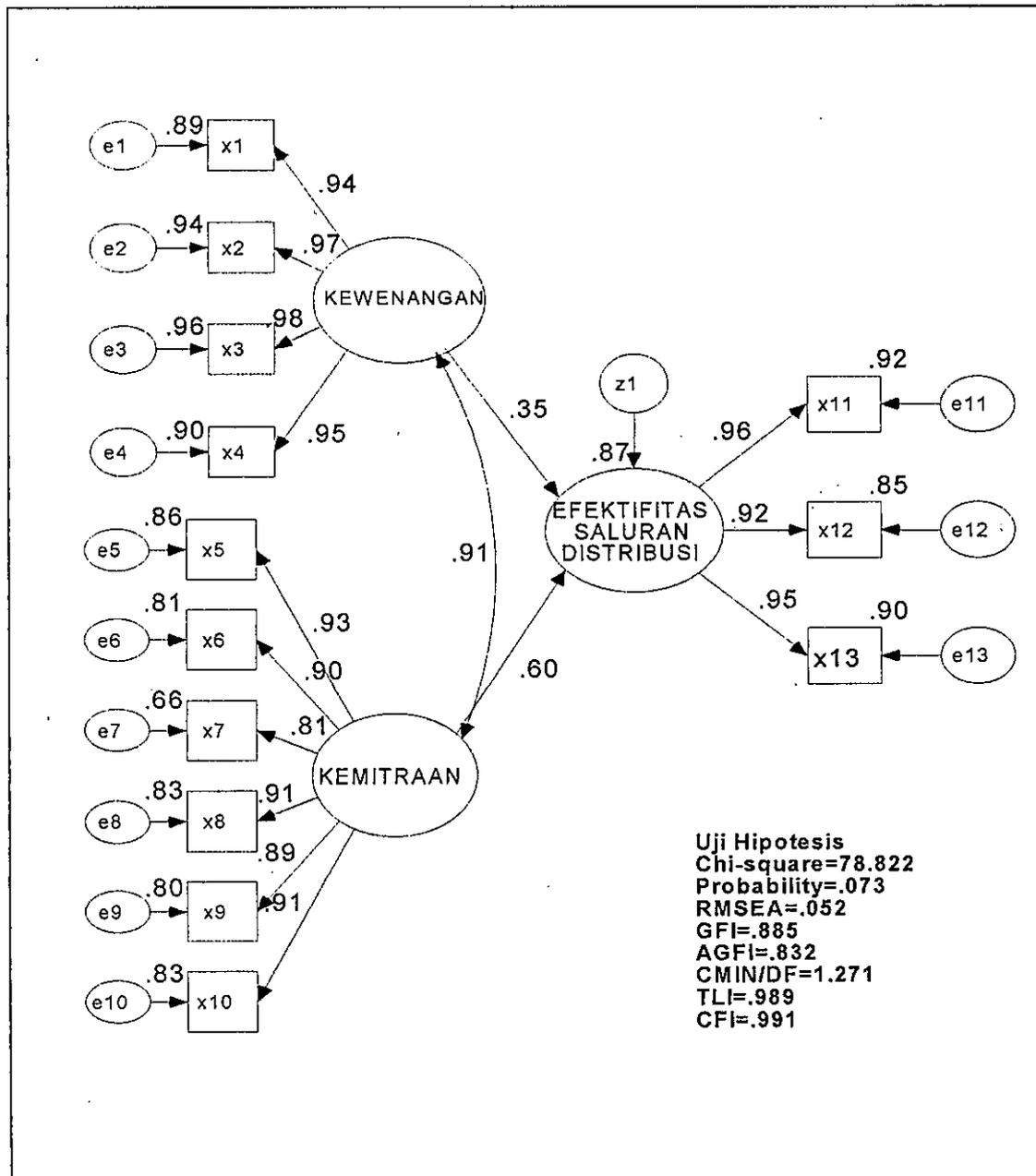
Sumber : data primer yang diolah, 2001

Dari hasil analisis konfirmatory ini dapat dilihat bahwa setiap indikator-indikator dari masing-masing dimensi sudah memiliki nilai *standardized estimate* yang diterima secara signifikan dengan nilai $C.R \geq 2,00$. Sehingga semua indikator dapat diterima.

4.2.2. *Structural Equation Modeling (SEM)*

Setelah model dianalisis melalui analisis faktor konfirmatory, maka masing-masing indikator dalam model yang fit tersebut dapat digunakan untuk mendefinisikan konstruk laten, sehingga *full model* SEM dapat dianalisis. Hasil pengolahannya dapat dilihat pada gambar 4.3 dan tabel 4.3. berikut ini.

Gambar 4.3.
Structural Equation Modeling
 Hubungan Kausalitas Kewenangan, Kemitraan dengan Efektifitas Saluran Distribusi



Sumber : data primer yang diolah, 2001

Keterangan :

- X1 = Penggunaan keahlian yang kompeten dalam tingkat efektivitas saluran distribusi
 X2 = Penggunaan hak dan wewenang dalam tingkat efektivitas saluran distribusi
 X3 = Penggunaan sanksi terhadap ketidakpatuhan dalam tingkat efektivitas saluran distribusi
 X4 = Penggunaan penghargaan/imbalan dalam tingkat efektivitas saluran distribusi
 X5 = Penggunaan tanggung jawab terhadap kontrak dalam tingkat efektivitas saluran distribusi
 X6 = Penggunaan hubungan yang kuat dalam tingkat efektivitas saluran distribusi
 X7 = Penggunaan saran/nasehat dalam tingkat efektivitas saluran distribusi
 X8 = Penggunaan dorongan & motivasi dalam tingkat efektivitas saluran distribusi
 X9 = Penggunaan evaluasi dalam tingkat efektivitas saluran distribusi
 X10 = Penggunaan kontrol dalam tingkat efektivitas saluran distribusi
 X11 = Pencapaian ukuran lot (menyeluruh) dari saluran distribusi minyak tanah
 X12 = Pencapaian ukuran waktu pengiriman (tepat) dari saluran distribusi minyak tanah
 X13 = Pencapaian ukuran pencarian (cepat) dari saluran distribusi minyak tanah

Tabel 4.3

Standardized Regression Weight Structural Equation Modeling

Hubungan kausalitas antara Kewenangan, Kemitraan dengan Effektivitas Saluran Distribusi

	Estimate	S.E.	C.R.
EFEKTIFITAS_SALURAN_DI <- KEWENANGAN	0.351	0.108	2.975
EFEKTIFITAS_SALURAN_DI <- KEMITRAAN	0.604	0.129	4.964
x4 <----- KEWENANGAN	0.951		
x3 <----- KEWENANGAN	0.980	0.042	25.554
x2 <----- KEWENANGAN	0.971	0.042	24.080
x1 <----- KEWENANGAN	0.941	0.042	20.240
x10 <----- KEMITRAAN	0.912		
x9 <----- KEMITRAAN	0.894	0.064	14.511
x8 <----- KEMITRAAN	0.914	0.071	15.405
x7 <----- KEMITRAAN	0.810	0.075	11.369
x6 <----- KEMITRAAN	0.901	0.062	14.644
x5 <----- KEMITRAAN	0.925	0.069	15.779
x11 <- EFEKTIFITAS_SALURAN_DISTRIBU	0.960		
x12 <- EFEKTIFITAS_SALURAN_DISTRIBU	0.922	0.055	18.656
x13 <- EFEKTIFITAS_SALURAN_DISTRIBU	0.949	0.046	21.297

Sumber : data primer yang diolah, 2001

Uji terhadap hipotesis model menunjukkan bahwa model ini sesuai dengan data atau fit terhadap data yang digunakan dalam penelitian seperti terlihat dari tingkat signifikansi terhadap *chi-square* model sebesar 78,822. Indeks GFI, AGFI,

TLI, CMIN/DF dan RMSEA berada dalam rentang nilai yang diharapkan meskipun untuk GFI dan AGFI diterima secara marginal, seperti dalam tabel 4.4.

Tabel 4.4:
Indeks Pengujian Kelayakan
Structural Equation Modeling Hubungan Kausalitas
Kewenangan, Kemitraan dengan Efektifitas Saluran Distribusi

Goodness of fit index	Cut- of value	Hasil Analisa	Evaluasi model
χ^2 Chi-square	Kecil	78,822	
Significaned Probability	$\geq 0,05$	0,073	Baik
RMSEA	$\leq 0,08$	0,052	Baik
GFI	$\geq 0,90$	0,885	Marginal
AGFI	$\geq 0,90$	0,832	Marginal
CMIN/DF	$\leq 2,00$	1,271	Baik
TLI	$\geq 0,95$	0,989	Baik
CFI	$\geq 0,95$	0,991	Baik

Sumber : data primer yang diolah, 2001

4.2.3. Evaluasi Normalitas Data

Normalitas *univariate* dan *multivariate* data yang digunakan dalam analisis ini dapat diuji normalitasnya, seperti yang disajikan dalam tabel 4.5.

Dengan menggunakan kriteria *critical ratio* sebesar $\pm 2,58$ pada tingkat signifikansi 0,01 (1%), dapat dilihat bahwa tidak ada data yang menyimpang. Jadi data yang digunakan memiliki sebaran yang normal.

Tabel 4.5.
Normalitas Data

	min	max	skew	c.r.	kurtosis	c.r.
x13	1.000	10.000	0.102	0.416	-0.427	-0.872
x12	1.000	10.000	0.078	0.318	-0.589	-1.202
x11	1.000	10.000	0.075	0.308	-0.635	-1.295
x5	1.000	10.000	0.052	0.213	-0.553	-1.128
x6	1.000	10.000	0.128	0.522	-0.519	-1.059
x7	1.000	10.000	0.148	0.606	-0.457	-0.933
x8	1.000	10.000	0.245	1.000	-0.677	-1.381
x9	1.000	10.000	-0.105	-0.427	-0.299	-0.609
x10	1.000	10.000	0.062	0.251	-0.443	-0.904
x1	1.000	10.000	0.197	0.802	-0.141	-0.288
x2	1.000	10.000	0.078	0.317	-0.507	-1.036
x3	1.000	10.000	0.191	0.780	-0.541	-1.105
x4	1.000	10.000	0.127	0.520	-0.351	-0.716
Multivariate					16.521	4.183

Sumber : data primer yang diolah, 2001

4.2.4: Evaluasi *Outliers*

Outliers adalah observasi atau data yang memiliki karakteristik unik yang terlihat sangat berbeda dengan data lainnya dan muncul dalam bentuk nilai ekstrim, baik untuk variabel tunggal maupun kombinasi (Hair, et al, 1995).

4.2.4.1. *Univariate Outliers*

Univariate Outliers dapat diuji dengan menentukan nilai ambang batas yang akan dikategorikan sebagai *outliers* dengan cara mengkonversi nilai data penelitian ke dalam *standard score* atau *z-score* yang memiliki nilai rata-rata nol dan standard deviasi sebesar 1,00 (Hair, et al, 1995). Pengujian *univariate outliers* data dilakukan dengan menggunakan program SPSS 10.00 pada menu *deskriptives statistic-summaries*. Observasi atau data yang mempunyai *z-score* $\geq 3,00$ dikategorikan sebagai *outliers*. Hasil pengujian *univariate outliers* pada tabel 4.6 berikut menunjukkan tidak adanya *univariate outliers*.

Tabel 4.6
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std.Deviation
Zscore(X1)	100	-2.05867	2.13319	1.29E-15	1.0000000
Zscore(X2)	100	-1.78193	1.83009	-8.68E-16	1.0000000
Zscore(X3)	100	-1.69388	1.77087	-1.70E-16	1.0000000
Zscore(X4)	100	-1.80478	1.78881	-5.56E-16	1.0000000
Zscore(X5)	100	-1.8798	1.85492	-1.14E-16	1.0000000
Zscore(X6)	100	-2.37358	1.96834	8.96E-16	1.0000000
Zscore(X7)	100	-2.09471	2.07618	1.94E-16	1.0000000
Zscore(X8)	100	-1.85438	1.80558	-5.45E-16	1.0000000
Zscore(X9)	100	-2.12789	2.07189	-2.26E-16	1.0000000
Zscore(X10)	100	-2.15988	1.83168	3.73E-16	1.0000000
Zscore(X11)	100	-2.18138	1.77677	8.07E-16	1.0000000
Zscore(X12)	100	-1.98486	1.72901	1.47E-16	1.0000000
Zscore(X13)	100	-2.13872	1.87975	3.77E-16	1.0000000
Valid N (listwise)	100				

Sumber : data primer yang diolah, 2001

4.2.4.2. Multivariate Outliers

Meskipun data yang dianalisis tidak menunjukkan adanya *outliers* pada tingkat *univariate*, tetapi data-data itu dapat menjadi *outliers* bila sudah dikombinasikan. Uji *Mahalanobis distance* tiap data dapat dihitung dan menunjukkan jarak data dari rata-rata semua variabel dalam ruang multidimensional (Hair, et al. 1995, Tabachnick dan Fidell, 1996 pada Ferdinand, A.T., 2000). Untuk menghitung *mahalanobis distance* berdasarkan nilai *chi-square* pada derajat bebas sebesar 2 (jumlah variabel bebas) pada tingkat $p < 0,001$ adalah $\lambda^2(2, 0,001) = 13,816$ (berdasarkan tabel distribusi λ^2). Jadi data yang memiliki jarak *mahalonobis* lebih besar dari 13,816 adalah *multivariate outliers*. Namun dalam analisis ini *outliers* yang ditemukan tidak akan dihilangkan dari analisis karena data tersebut menggambarkan keadaan yang sesungguhnya dan

tidak ada alasan khusus dari profil responden yang menyebabkan harus dikeluarkan dari analisis tersebut (Ferdinand, A.T, 2000). Data *mahalanobis distance* dapat dilihat pada lampiran output.

4.2.5. Evaluasi Multicollinearity dan Singularity

Untuk mengetahui multikolinearitas (*multicollinearity*) dan singularitas (*singularity*) pada kombinasi variabel, maka yang perlu diamati adalah determinan matriks kovarian sampelnya. Determinan yang kecil atau mendekati nol mengindikasikan adanya multikolinearitas atau singularitas sehingga data tidak dapat digunakan untuk penelitian (Tabachnick dan Fidell, 1998 pada Ferdinand, 2000). Di dalam penelitian ini, nilai determinan dari matrik kovarian sampelnya adalah sebesar $2,9886e + 0,00$ dan angka tersebut jauh dari nol. Oleh sebab itu dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinearitas atau singularitas dalam data ini. Oleh karena itu data ini layak digunakan.

4.2.6. Evaluasi Terhadap Nilai Residual

Pengujian terhadap nilai residual menunjukkan bahwa secara signifikan model yang sudah dimodifikasi tersebut dapat diterima dengan nilai residual yang ditetapkan adalah $\leq \pm 2,58$ pada taraf signifikansi 0,01 (Hair, et al, 1995). Dalam model penelitian ini standard residual yang diolah dengan menggunakan program AMOS dapat dilihat pada tabel 4.7

Jadi dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini dapat diterima secara signifikan karena nilai residualnya $\leq \pm 2,58$.

Tabel 4.7
Standardized Residual Covariances

	x13	x12	x11	x5	x6	x7	x8	x9	x10	x1	x2	x3	x4
x13	0.000												
x12	0.150	0.000											
x11	-0.045	-0.047	0.000										
x5	-0.141	-0.161	0.096	0.000									
x6	-0.143	0.019	0.105	0.445	0.000								
x7	-0.227	-0.043	0.130	0.506	0.107	0.000							
x8	-0.021	0.095	0.187	-0.125	-0.276	-0.013	0.000						
x9	-0.151	-0.327	0.040	-0.203	-0.191	-0.220	0.348	0.000					
x10	0.066	-0.173	0.150	-0.195	-0.203	-0.297	0.098	0.250	0.000				
x1	0.073	0.063	0.195	-0.098	0.033	-0.239	0.017	0.042	0.376	0.000			
x2	-0.054	-0.222	0.061	-0.088	0.132	-0.265	-0.127	-0.040	0.253	0.007	0.000		
x3	0.019	-0.173	0.076	-0.173	0.119	-0.263	-0.123	-0.087	0.271	-0.013	0.004	0.000	
x4	-0.066	-0.219	0.074	-0.106	0.029	-0.387	0.058	0.023	0.356	-0.027	-0.004	0.012	0.000

Sumber : data primer yang diolah, 2001

4.2.7. Uji Reliability dan *Variance Extract*

4.2.7.1. Uji Reliability

Pada dasarnya uji reliabilitas (*reliability*) menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur yang dapat memberikan hasil yang relatif sama apabila dilakukan pengukuran kembali pada subyek yang sama. Uji reliabilitas dalam SEM dapat diperoleh melalui rumus sebagai berikut (Hair, et al, 1995) :

$$\text{Construct reliability} = \frac{(\sum \text{std.loading})^2}{(\sum \text{std.loading})^2 + \sum e_j}$$

Keterangan :

- *Standard Loading* diperoleh dari *standarized loading* untuk tiap-tiap indikator yang didapat dari hasil perhitungan komputer.
- $\sum e_j$ adalah *measurement error* sari tiap indikator. *Measurement error* dapat diperoleh dari $1 - \text{reliabilitas indikator}$. Tingkat reliabilitas yang dapat diterima adalah $\geq 0,7$.

Hasil standar loading data :

Kewenangan	= 0,951 + 0,980 + 0,971 + 0,941	= 3,843
Kemitraan	= 0,912 + 0,894 + 0,914 + 0,810 + 0,901 + 0,925	= 5,356
Efektifitas saluran distribusi	= 0,960 + 0,922 + 0,949	= 2,831

Hasil measurement error data :

Kewenangan	= 0,11 + 0,06 + 0,04 + 0,1	= 0,31
Kemitraan	= 0,14 + 0,19 + 0,34 + 0,17 + 0,2 + 0,17	= 1,21
Efektifitas saluran distribusi	= 0,08 + 0,15 + 0,1	= 0,33

Perhitungan reliabilitas data :

Kewenangan	= $\frac{(3,843)^2}{(3,843)^2 + 0,31}$	= 0,98
------------	--	--------

$$\text{Kemitraan} = \frac{(5,356)^2}{(5,356)^2 + 1,21} = 0,96$$

$$\text{Efektifitas Saluran Distribusi} = \frac{(2,831)^2}{(2,831)^2 + 0,33} = 0,96$$

Berdasarkan hasil pengukuran reliabilitas data diperoleh nilai reliabilitas data dalam penelitian ini memiliki nilai $\geq 0,7$. Jadi penelitian ini dapat diterima.

4.2.7.2. Variance Extract

Pada prinsipnya pengukuran *variance extract* menunjukkan jumlah varians dari indikator yang diekstraksi oleh konstruk laten yang dikembangkan. Nilai *variance extracted* yang dapat diterima adalah $\geq 0,50$. Rumus yang digunakan adalah (Ferdinand, 2000) :

$$\text{Variance Extract} = \frac{\sum \text{std.loading}^2}{\sum \text{std.loading}^2 + \sum e_j}$$

- *Standard Loading* diperoleh langsung dari *standarized loading* tiap indikator yang didapat dari hasil perhitungan komputer.
- e_j adalah *measurement error* dari tiap indikator.

Hasil square standardized loading data :

Kewenangan	= $0,951^2 + 0,980^2 + 0,971^2 + 0,941^2$	= 3,693
Kemitraan	= $0,912^2 + 0,894^2 + 0,914^2 + 0,810^2 + 0,901^2 + 0,925^2$	= 4,789
Efektifitas saluran distribusi	= $0,960^2 + 0,922^2 + 0,949^2$	= 2,672

Perhitungan variance extract data :

$$\text{Kewenangan} = \frac{3,693}{3,693 + 0,31} = 0,93$$

$$\text{Kemitraan} = \frac{4,789}{4,789 + 1,21} = 0,79$$

$$\text{Efektifitas Saluran Distribusi} = \frac{2,672}{2,672 + 0,33} = 0,89$$

Hasil pengukuran *variance extract* dapat diterima karena memenuhi persyaratan yaitu $\geq 0,50$. Sehingga konstruk-konstruk dalam penelitian ini dapat diterima.

Secara keseluruhan hasil perhitungan uji reliabilitas dan *variance extract* data penelitian dapat dilihat pada tabel 4.9. berikut.

Tabel 4.8.
Hasil Perhitungan Reliability dan Variance Extract

Variabel	Reliability	Variance Extract
Kewenangan	0,98	0,93
Kemitraan	0,96	0,79
Efektifitas Saluran Distribusi	0,96	0,89

Sumber : data primer yang diolah, 2001

4. 3. Pengujian Hipotesis

Dari hasil perhitungan melalui analisis faktor konfirmatori dan *structural equation model*, maka model dalam penelitian ini dapat diterima, seperti dalam gambar 4.3. Hasil pengukuran telah memenuhi kriteria *goodness of fit* : *Chi-square* = 78,822 ; probabilitas = 0,073 ; CMIN/DF = 1,271 ; AGFI = 0,882 ; GFI= 0,885 ; TLI = 0,989 ; CFI = 0,991 dan RMSEA = 0,052, seperti dalam tabel

4.2. Selanjutnya, berdasarkan model *fit* ini akan dilakukan pengujian kepada 2 hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, seperti pada tabel 4.9.

4.3.1. Pengujian Hipotesis 1

H_1 : Terdapat hubungan positif antara kewenangan dengan efektivitas saluran distribusi.

Semakin besar kewenangan yang digunakan, maka semakin efektif saluran distribusi yang digunakan.

Kewenangan dibentuk dari dimensi-dimensi/indikator-indikator keahlian yang kompeten, penghargaan/imbalan, hak dan wewenang serta sanksi terhadap ketidakpatuhan. Sementara efektivitas saluran distribusi dibentuk dari dimensi-dimensi/indikator-indikator cepat, tepat dan menyeluruh.

Parameter estimasi antara kewenangan dengan efektivitas saluran distribusi menunjukkan hasil yang signifikan dengan nilai $C.R = 2,975$ atau $C.R \geq \pm 2,00$ dengan taraf signifikansi sebesar 0,01 (1%). Dengan demikian hipotesis 1 dapat dibuktikan.

4.3.2. Pengujian Hipotesis 2

H_2 : Terdapat hubungan positif antara kemitraan dengan efektivitas saluran distribusi.

Semakin baik kemitraan/hubungan kerja antar saluran, maka semakin efektif saluran distribusinya.

Kemitraan dibentuk dari dimensi-dimensi/indikator-indikator tanggung jawab kontrak, hubungan yang kuat, saran/nasehat, dorongan/motivasi, evaluasi, dan kontral. Sementara efektifitas saluran distribusi dibentuk dari dimensi-dimensi/indikator-indikator cepat, tepat dan menyeluruh.

Parameter estimasi antara kemitraan dengan efektifitas saluran distribusi menunjukkan hasil yang signifikan dengan nilai $C.R = 4,964$ atau $C.R \geq \pm 2,00$ dengan taraf signifikansi sebesar 0,01 (1%). Dengan demikian hipotesis 2 dapat dibuktikan.

4.4. Kesimpulan

Pada bab ini telah dilakukan analisis data dan pengujian terhadap 2 hipotesis penelitian sesuai model teoritis yang telah diuraikan pada bab II. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa semua hipotesis dapat dibuktikan. Model teoritis telah diuji dengan kriteria *goodness of fit* dan mendapatkan hasil yang baik. Selanjutnya uraian mengenai kesimpulan dan implikasi kebijakan atas diterimanya hipotesis-hipotesis tersebut akan dijelaskan dalam bab V.

Tabel 4.9
Kesimpulan Hipotesis

Hipotesis	Hasil Uji
<p>H₁ : Ada hubungan positif antara kewenangan dengan efektivitas saluran distribusi. Semakin besar kewenangan yang digunakan, maka semakin efektif saluran distribusi yang digunakan.</p>	Diterima
<p>H₂ : Ada hubungan positif antara kemitraan dengan efektivitas saluran distribusi. Semakin baik kemitraan/hubungan kerja antar saluran, maka semakin efektif saluran distribusinya.</p>	Diterima

Sumber : data primer yang diolah, 2001

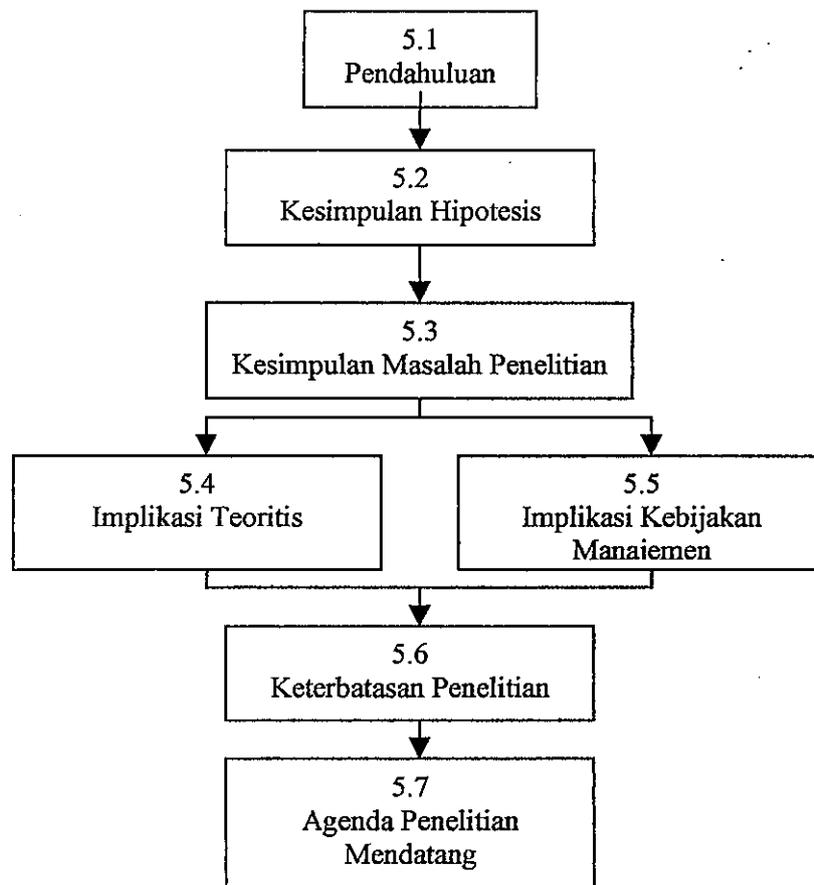
BAB V

KESIMPULAN DAN IMPLIKASI KEBIJAKAN

5.1 Pendahuluan

Pembahasan yang akan diuraikan pada bab ini antara lain mengenai kesimpulan hipotesis dan masalah penelitian yang telah diuraikan pada bab I dan bab II. Implikasi teoritis dan kebijakan manajemen yang akan dilanjutkan dengan keterbatasan penelitian dan agenda untuk penelitian yang akan datang seperti gambar 5.1.

Gambar 5.1
Garis Besar Bab V



Sumber : dikembangkan untuk tesis ini.

Pada bab I telah dijelaskan mengenai berbagai permasalahan atau penyimpangan yang terjadi dalam kegiatan penyaluran BBM dan Non BBM, hal ini ditandai dengan pemberitaan di media massa yang ternyata masalah kelangkaan minyak tanah lebih banyak disebabkan oleh anggota saluran distribusi (agen, pangkalan dan pengecer) yang tidak menjalankan tugasnya dengan benar di dalam menyalurkan bahan bakar minyak tanah, sehingga saluran distribusi minyak tanah tidak efektif. Penelitian yang dilakukan oleh Dwyer (1980), Shipley dan Egan (1992) mengenai kewenangan saluran, dimana kewenangan yang bersifat tidak memaksa ternyata lebih produktif dan berpengaruh daripada kewenangan yang bersifat memaksa di dalam penciptaan kerjasama dan penanganan konflik. Dari penelitian tersebut dapat diinterpretasikan bahwa penggunaan saluran tersebut berakibat atau berpengaruh pada efektivitas saluran distribusi, dimana efektivitas tersebut mengacu pada keadaan yang diinginkan, yaitu kinerja saluran yang merefleksikan design sistem suplai dan manajemen dimana kebutuhan pelanggan sebagai fokusnya. Dari hal tersebut maka dari hasil uji hipotesa satu yang menyatakan bahwa terdapat hubungan yang positif antara kewenangan dengan efektifitas saluran distribusi dapat dibuktikan. Begitu pula penelitian yang dilakukan oleh Shipley dan Egan (1992) mengenai kemitraan, dimana dengan kemitraan tersebut dapat menciptakan sebuah kondisi kerjasama saluran lewat hubungan yang wajar yang didasarkan pada sebuah pengertian dari masalah dan kebutuhan dari anggota saluran, untuk mencapai efektivitas saluran distribusi. Sehingga, dari hal tersebut diatas, maka hasil uji hipotesa dua yang menyatakan bahwa ada hubungan yang positif antara kemitraan dengan efektifitas

saluran distribusi dapat dibuktikan. Oleh karena itu, dengan adanya kewenangan dan kemitraan tersebut, diharapkan dapat tercapai efektivitas saluran distribusi. Dengan melihat hal tersebut diatas, maka permasalahan yang dikembangkan dalam penelitian ini adalah : sejauh manakah kewenangan dari PERTAMINA dan kemitraan antara PERTAMINA dengan agen, pangkalan dan pengecer dapat mempengaruhi efektivitas saluran distribusi minyak tanah sehingga bahan bakar minyak tanah dapat sampai kepada konsumen dengan cepat, tepat dan menyeluruh.

Dalam rangka untuk menguji permasalahan yang diajukan dalam bab I maka pada bab II diuraikan telaah pustaka yang berkaitan dengan permasalahan penelitian. Menurut El-Ansary dan Cooper (1976, dalam Bowersox et.al, 1992) memberikan ukuran-ukuran dari efektivitas saluran distribusi, yaitu : (1) Ukuran lot (menyeluruh); (2) Waktu pengiriman (tepat); (3) Pencarian (cepat). Untuk melakukan manajemen saluran distribusi yang efektif tersebut diatas maka digunakan pendekatan yaitu kewenangan dan kemitraan. Kewenangan di dalam saluran pemasaran secara umum dapat didefinisikan yaitu satu dari anggota saluran (yang mempunyai sumber pengaruh/ mempunyai wewenang) mampu untuk mengontrol variabel-variabel keputusan di dalam strategi pemasaran terhadap anggota yang lainnya (target pengaruh) dari saluran pada tingkat distribusi yang berbeda (Brown et.al, 1995). Anggota saluran menggunakan kewenangan untuk membedakan siapa yang akan melakukan aktivitas pemasaran, mengkoordinasi kinerja perusahaan dan mengelola konflik diantara mereka sendiri (Stern and El Anssary and Stend, 1992, dalam Brown et.al, 1995). Dalam

hal ini PERTAMINA sebagai anggota saluran Sumber, sedangkan agen, pangkalan dan pengecer merupakan anggota saluran Target. Dia mengemukakan bahwa pengukuran sumber kewenangan di dalam saluran distribusi menggunakan dua pendekatan, yaitu :

1. Sebuah pengukuran tidak langsung yang berupa bantuan dan hukuman
2. Sebuah pengukuran langsung untuk setiap pokok-pokok sumber kewenangan.

Anggota saluran menggunakan kewenangan untuk membedakan siapa yang akan melakukan aktivitas pemasaran, mengkoordinasi kinerja perusahaan dan mengelola konflik diantara mereka sendiri (Stern and El Anssary and Stend, 1992, dalam Brown et.al, 1995). Secara khusus ada empat sumber-sumber dari kewenangan saluran pemasaran telah dideskripsikan oleh tipologi French dan Raven (Brown et. Al, 1995). Dimana empat sumber kewenangan yang bersifat sosial yang diidentifikasi menurut French dan Raven tersebut adalah (Shipley dan Egan, 1992) : (1) keahlian yang kompeten; (2) penghargaan/imbalan; (3) hak dan wewenang; (4) sanksi terhadap ketidakpatuhan. Kewenangan di dalam saluran pemasaran menurut Brown, Jhonson dan Koenig (1995) dikatakan bahwa dari dua pendekatan untuk mengukur sumber kewenangan di dalam saluran pemasaran yang paling banyak digunakan adalah pendekatan pengukuran tidak langsung. Dalam pendekatan pengukuran tidak langsung Hunt dan Nevin membagi sumber kewenangan kedalam kewenangan yang bersifat memaksa yang berupa sanksi terhadap ketidakpatuhan dan kewenangan yang bersifat tidak memaksa. Sanksi terhadap ketidakpatuhan sendiri merupakan kewenangan yang bersifat memaksa ketika sumber kewenangan lainnya seperti penghargaan/imbalan, hak dan

wewenang, dan keahlian yang kompeten merupakan kewenangan yang bersifat tidak memaksa. Studi mengenai kewenangan saluran juga dilakukan oleh Dwyer (1980 dalam Shipley dan Egan 1992), dimana dia menemukan bahwa kewenangan diaplikasikan untuk membangun kerjasama, dan yang bersifat tidak memaksa adalah lebih produktif daripada kewenangan untuk memaksa. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Shipley dan Egan (1992) juga menemukan bahwa penggunaan dari tipe kewenangan yang salah di dalam jalan yang keliru mengakibatkan terlalu sedikit kerjasama antara anggota saluran dan terlalu banyak konflik. Pendekatan kedua yang digunakan untuk memanajemeni saluran distribusi yang efektif yaitu kemitraan. Kemitraan (Shipley dan Egan, 1992) dalam konteks ini secara normal diperlakukan sebagai hubungan informal yang mana mitra kerja secara efektif mengakui dan mengikuti kepentingan bersama. Dimana elemen dari kemitraan tersebut yaitu tanggung jawab terhadap kontrak, hubungan yang kuat, saran/nasehat, dorongan dan motivasi, evaluasi dan yang terakhir kontrol. Dengan adanya kemitraan tersebut dapat meningkatkan kerjasama antar saluran dan mengurangi konflik berdasarkan sumber-sumber kewenangan bukan paksaan, komunikasi, saling kerjasama dan keadilan. Sehingga nantinya efektifitas saluran distribusi dapat dengan mudah dicapai.

Berdasarkan telaah pustaka, dikembangkan dua dasar teori yang sudah disesuaikan dengan *permasalahan saluran distribusi*, yaitu teori mengenai kewenangan yang mempengaruhi efektifitas saluran distribusi (hipotesa 1). Dan teori mengenai kemitraan yang mempengaruhi efektifitas saluran distribusi

(hipotesa 2), sehingga di dalam penelitian ini ada 2 hipotesa yang perlu dikembangkan.

Dalam rangka untuk menguji hipotesa-hipotesa di bab II secara empiris maka pada bab III diuraikan metode penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini. Populasi penelitian adalah semua agen, pangkalan dan pengecer di wilayah Rayon V, yaitu daerah Solo dan Yogyakarta. Untuk sampel telah ditentukan sebanyak 100 responden. Metode pengumpulan data dilakukan dengan metode angket, yaitu dengan memberi daftar pertanyaan atau kuesioner kepada responden. Teknik analisis yang digunakan adalah *Structural Equation Modeling* (SEM) pada software AMOS 4.0.

Analisis data diraikan di bab IV yang memuat data deskriptif responden yaitu dari 100 responden yang terdiri dari agen, pangkalan dan pengecer.

Teknik analisis SEM telah digunakan untuk menguji dua hipotesa yang diajukan. Model yang diajukan dapat diterima setelah asumsi-asumsi telah terpenuhi yaitu normalitas dan *standardized residual covarian* $\leq \pm 2,58$. Sementara nilai *determinant of covariance matrixnya* adalah $2,9886e + 0,00$

Model pengukuran *eksogenous* yaitu dimensi kewenangan dan kemitraan serta model *eksogenous* untuk dimensi efektifitas saluran distribusi akan diuji dengan analisis *factor confirmatory*. Selanjutnya model tersebut dianalisa dengan *Structural Equation Model* (SEM) sebagai model keseluruhan (*full model*). *Full model* terdiri dari 13 *observed variabel* atau indikator dan 3 latent variabel untuk model pengujian kausalitas kewenangan dan kemitraan terhadap efektifitas saluran distribusi telah memenuhi kriteria *goodness of fit* yaitu *chi-square* =

78,822 probablitas = 0,073, CMIN/DF = 1,271, GFI = 0,885, AGFI = 0,882, TLI = 0,989, CFI = 0,991 dan RMSEA = 0,052. Berdasarkan hasil analisis data dapat disimpulkan bahwa 2 hipotesa yang diajukan dapat dibuktikan.

5.2 Kesimpulan Hipotesis

5.2.1 Kewenangan dan Efektifitas Saluran Distribusi

H₁ : Terdapat hubungan positif antara kewenangan anggota saluran dengan efektivitas saluran distribusi.

Semakin tinggi kewenangan yang digunakan oleh anggota saluran, maka saluran distribusi yang digunakan akan semakin efektif.

Seperti yang telah diuraikan sebelumnya, kewenangan di dalam saluran pemasaran secara umum dapat didefinisikan yaitu satu dari anggota saluran (yang mempunyai sumber pengaruh/ mempunyai wewenang) mampu untuk mengontrol variabel-variabel keputusan di dalam strategi pemasaran terhadap anggota yang lainnya (target pengaruh) dari saluran pada tingkat distribusi yang berbeda (Brown et.al, 1995). Sedangkan saluran distribusi merupakan jaringan organisasi yang saling tergantung dan saling berhubungan yang berfungsi sebagai suatu sistem/jaringan yang bersama-sama berusaha menghasilkan dan mendistribusikan sebuah produk kepada konsumen (Louis W. Stern, 1989). Dan saluran distribusi yang efektif adalah bagaimana para distributor tersebut dapat mendistribusikan barang dari produsen ke konsumen secara cepat, tepat dan menyeluruh.

Dalam penelitian ini dibuktikan bahwa kewenangan yang dimiliki oleh anggota saluran yang mempunyai sumber pengaruh (PERTAMINA) berpengaruh

positif terhadap efektifitas saluran distribusi. Dengan demikian, maka semakin tinggi kewenangan yang digunakan oleh anggota saluran yang mempunyai sumber pengaruh (PERTAMINA), maka saluran distribusi yang digunakan akan semakin efektif.

5.2.2 Kemitraan dan Efektifitas Saluran Distribusi

H₂ : Terdapat hubungan positif antara kemitraan/hubungan kerja antar saluran dengan efektivitas saluran distribusi.

Semakin baik kemitraan/hubungan kerja antar saluran, maka semakin efektif saluran distribusinya.

Seperti yang telah diuraikan sebelumnya, kemitraan (Shipley dan Egan, 1992) dalam konteks ini secara normal diperlakukan sebagai hubungan informal yang mana mitra kerja secara efektif mengakui dan mengikuti kepentingan bersama. Sedangkan saluran distribusi merupakan jaringan organisasi yang saling tergantung dan saling berhubungan yang berfungsi sebagai suatu sistem/jaringan yang bersama-sama berusaha menghasilkan dan mendistribusikan sebuah produk kepada konsumen (Louis W. Stern, 1989). Dan saluran distribusi yang efektif adalah bagaimana para distributor tersebut dapat mendistribusikan barang dari produsen ke konsumen secara cepat, tepat dan menyeluruh.

Dalam penelitian ini, efektifitas saluran distribusi terbukti dipengaruhi oleh kemitraan antara PERTAMINA dengan agen, pangkalan dan pengecer. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa apabila PERTAMINA melakukan kemitraan dengan baik dengan agen, pangkalan dan pengecer maka hal tersebut

dapat meningkatkan kerjasama antar saluran dan mengurangi konflik berdasarkan sumber-sumber kewenangan bukan paksaan, komunikasi, saling kerjasama dan keadilan. Sehingga nantinya efektifitas saluran distribusi dapat dengan mudah dicapai.

5.3 Kesimpulan Masalah Penelitian

Penelitian ini disusun sebagai usaha untuk melakukan pengujian terhadap beberapa konsep mengenai variabel-variabel yang mempengaruhi efektifitas saluran distribusi. Sesuai uraian pada bab I yang mengemukakan adanya *research problem* adalah sebagai berikut :

Sejauh mana hubungan antara kewenangan yang dimiliki PERTAMINA dan kemitraan dapat mempengaruhi efektivitas saluran distribusi minyak tanah sehingga bahan bakar minyak tanah dapat sampai kepada konsumen dengan cepat, tepat dan menyeluruh, karena jika kelangkaan minyak tanah ini terus-menerus terjadi, maka akan dapat menimbulkan kerusuhan dan keresahan sosial.

Dalam penelitian ini diperoleh dukungan yang signifikan yang memperkuat konsep bahwa efektifitas saluran distribusi dipengaruhi oleh kewenangan dan kemitraan (seperti yang diungkapkan oleh Shipley dan Egan, 1992).

Berdasarkan hal tersebut maka dikembangkan beberapa pernyataan yang didukung oleh bukti empirik sebagai berikut :

- ❖ Semakin tinggi kewenangan yang digunakan oleh anggota saluran yang mempunyai sumber pengaruh, maka saluran distribusi yang digunakan akan semakin efektif.
- ❖ Semakin baik kemitraan/hubungan kerja antar saluran, maka semakin efektif saluran distribusinya.

Efektifitas saluran distribusi secara signifikan dipengaruhi oleh kewenangan, demikian juga dengan kemitraan yang berpengaruh terhadap efektifitas saluran distribusi. Pengaruh kemitraan terhadap efektifitas saluran distribusi lebih besar dibandingkan dengan pengaruh kewenangan terhadap efektifitas saluran distribusi.

Berdasarkan hipotesis-hipotesis yang telah dikembangkan dalam penelitian ini, maka masalah penelitian yang telah diajukan dapat dijustifikasi melalui pengujian *Structural Equation Modelling* (SEM), telah dikonsepsikan melalui penelitian ini bahwa hubungan antara variabel-variabel yang mempengaruhi dan dipengaruhi di dalam efektifitas saluran distribusi terdiri dari dua konstruk yang diajukan dan didukung secara empiris :

1. Kewenangan berpengaruh secara positif terhadap efektifitas saluran distribusi.
2. Kemitraan berpengaruh secara positif terhadap efektifitas saluran distribusi.

5.4 Implikasi Teoritis

Literatur-literatur yang menjelaskan tentang teori efektifitas saluran distribusi, kewenangan dan kemitraan diperkuat keberadaannya oleh konsep-konsep teoritis dan dukungan empiris mengenai hubungan kausalitas antara

variabel-variabel yang mempengaruhi efektifitas saluran distribusi (kewenangan dan kemitraan) yaitu :

- Efektifitas saluran distribusi dipengaruhi secara positif oleh kewenangan anggota saluran distribusi yang mempunyai sumber pengaruh (dalam hal ini adalah PERTAMINA). Hal tersebut memperkuat secara empiris teori yang menyatakan bahwa efektifitas saluran distribusi dipengaruhi oleh kewenangan anggota saluran distribusi (yang mempunyai sumber pengaruh) (Shipley dan Egan, 1992).
- Efektifitas saluran distribusi juga dipengaruhi secara positif oleh kemitraan antar anggota saluran. Hal tersebut memperkuat secara empiris teori yang menyatakan bahwa efektifitas saluran distribusi dipengaruhi oleh kemitraan antar anggota saluran distribusi (Shipley dan Egan, 1992).

5.5 Implikasi Kebijakan Manajemen

Berdasarkan hasil penelitian, variabel kewenangan anggota saluran distribusi yang mempunyai sumber pengaruh (dalam hal ini PERTAMINA) dan kemitraan antar anggota saluran mempunyai pengaruh terhadap efektifitas saluran distribusi bahan bakar minyak tanah. Sehingga untuk meningkatkan efektifitas saluran distribusi beberapa kebijakan dapat diterapkan oleh para manajer sebagai berikut :

- ❖ PERTAMINA bertugas untuk membentuk kerjasama saling menguntungkan. Penggunaan kewenangan yang bijaksana dapat membantu terciptanya kerjasama, tetapi apabila penggunaan kewenangan tersebut sewenang-

wenang/didalam penerapannya salah, maka dapat memicu adanya konflik/permasalahan. Perlu bagi PERTAMINA untuk lebih menggunakan kewenangannya di dalam saluran terutama kewenangan yang bersifat tidak memaksa yang ternyata lebih produktif dan berpengaruh daripada kewenangan yang bersifat memaksa di dalam penciptaan kerjasama dan penanganan konflik. Kewenangan dengan penghargaan/imbalan merupakan motivasi bagi anggota saluran. Selain itu dengan keahliannya, PERTAMINA juga harus mampu menyelesaikan setiap permasalahan yang terjadi didalam saluran distribusi. Misalnya bagaimana agar tidak terjadi kelangkaan minyak tanah yang dapat meresahkan masyarakat, karena minyak tanah merupakan komoditi yang bersifat strategis dan menyangkut hajat hidup orang banyak. Dengan hak dan wewenangnya, PERTAMINA dapat memberikan sanksi terhadap ketidakpatuhan yang dilakukan oleh anggota salurannya. Hal ini dilakukan untuk mencegah adanya kenakalan yang dilakukan oleh anggota salurannya. Misalnya dengan adanya penimbunan minyak tanah yang dilakukan oleh para anggota saluran yang nakal. Sanksi yang diberikan oleh PERTAMINA kepada anggota salurannya yang tidak mematuhi ketentuan yang dibuat PERTAMINA dapat berupa pencabutan kontrak yang telah disepakati dan ditandatangani bersama.

- ❖ Perlu bagi PERTAMINA melakukan kemitraan dengan baik sebagai upaya meningkatkan efektifitas dalam saluran distribusi maka PERTAMINA harus menjadikan agen, pangkalan dan pengecer bukan sebagai bawahannya tetapi harus dijadikan mitra kerja. Dengan menjadikannya mitra maka PERTAMINA

dapat menjalankan program pemasarannya dengan baik serta ada rasa dihargai oleh anggota saluran distribusinya. Dengan adanya kemitraan tersebut, PERTAMINA diharapkan dapat membantu didalam melakukan kegiatan pendistribusiannya secara baik yaitu secara cepat, tepat dan menyeluruh.

- ❖ Perlu diadakannya pertemuan antar agen, pangkalan dan pengecer untuk memberikan pengarahan sehubungan dengan adanya kelangkaan minyak tanah.
- ❖ Diharapkan bagi agen, pangkalan dan pengecer untuk lebih tertib didalam penyaluran bahan bakar minyak tanah berdasarkan ketepatan waktu, jumlah yang diinginkan dan kecepatan didalam pengiriman, selain itu didalam menjual minyak tanah tidak melebihi harga eceran tertinggi.

5.6. Keterbatasan Penelitian

- ❖ Keterbatasan dalam penelitian ini antara lain adalah mengenai obyek penelitian yang hanya pada satu rayon saja, yaitu rayon V UPPDN IV Semarang, sehingga responden penelitian ini hanya agen, pangkalan dan pengecer yang ada di rayon V UPPDN IV Cabang Yogyakarta.
- ❖ Keterbatasan lain disebabkan karena tidak semua indikator dalam penelitian terdahulu diikutsertakan dalam penelitian ini dengan alasan untuk mempersingkat waktu, mengurangi jawaban asal-asalan dan disesuaikan dengan obyek penelitian. Variabel dan indikator yang digunakan dalam penelitian ini terbatas hanya pada 3 variabel dan 13 indikator, yaitu :

1. Variabel kewenangan, indikatornya :
 - (1) Penghargaan/imbalan;
 - (2) Sanksi terhadap ketidakpatuhan ;
 - (3) Hak dan wewenang
 - (4) Keahlian yang kompeten.
2. Variabel kemitraan, indikatornya :
 - (1) Tanggung jawab terhadap kontrak,
 - (2) hubungan yang kuat,
 - (3) saran /nasehat,
 - (4) dorongan dan motivasi,
 - (5) evaluasi
 - (6) kontrol.
3. Variabel efektifitas saluran distribusi, indikatornya :
 - (1) Ukuran lot (menyeluruh);
 - (2) Waktu pengiriman (tepat);
 - (3) Pencarian (cepat).

❖ Dari hasil analisis data menunjukkan korelasi yang cukup tinggi antara variabel bebas (kewenangan dan kemitraan), hal tersebut menunjukkan adanya kemungkinan persepsi responden yang hampir sama terhadap pernyataan-pernyataan mengenai variabel-variabel bebas dalam penelitian ini, atau dengan kata lain masing-masing variabel tersebut dapat digunakan untuk menjelaskan hubungan kausalitas.

5.7. Agenda Penelitian Mendatang

- ❖ Untuk penelitian yang akan datang sebaiknya dilakukan pada obyek penelitian yang berbeda atau lebih luas misalnya semua rayon yang meliputi UPPDN IV Semarang.
- ❖ Pada penelitian selanjutnya sebaiknya mempertimbangkan pemakaian indikator atau *observed variable* yang lebih banyak dengan menyesuaikan kondisi obyek penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Abratt, R. and Pitt, L.F., *Selection and Motivation of Industrial Distributors: A Comparative Analysis*, European Journal of Marketing, vol. 23. No.2, 1989, pp.144 – 53.
- Anderson, Erin, George S. Day, V. Kasturi Rangan, *Strategic Channel Design*, Sloan Management Review, Summer, 1997
- Arbuckle, J.L., *Amos Users Guide Version 3.6 Chicago* : Smallwaters Corporation.
- Bacon, L.D., *Using Amos for Structural Equation Modeling in Market Research*: Lynd. Bacon & Associates. SPSS Inc.
- Baranof, Seymour, *Retailing As An Operating System*, Theory in Marketing, 1990
- Bisnis Indonesia, *Kelangkaan Minyak Tanah Akibat Salah Distribusi*, 24 Mei 2000
- Buzzell, Robert D, Gwen Ortmeyer, *Channel Partnership Streamline Distribution*, Sloan Management Review/ Spring, 1995.
- Bowersox, Donald J., M Bixby Cooper, Douglas M. Lambert, Donald A. Taylor, *Management in Marketing Channels*, 1992
- Brown, James R, Jean L. Johnson, Harold F. Koenig, *Measuring The Sources of Marketing Channel Power : A Comparison of Alternatif Approaches*, International Journal of Research in Marketing.
- Buku Panduan Suplai dan Distribusi BBM*, 1990, PERTAMINA Direktorat Pembekalan dan Pemasaran Dalam Negeri, Jakarta.
- Buletin PERTAMINA UPPDN IV, No. 04 Tahun IX, Nopember 1999.
- Cravens W. David, *Strategi Pemasaran*, jilid 2, Edisi ke-4, penerbit Erlangggga, Jakarta.
- Cooper, D.R. and Emory, C.W, *Metode Penelitian Bisnis*, Jilid 1, Edisi Kelima, penerbit Erlangga.
- Corbett, J Charles, Blackburn, D Joseph, Van Wassenhove N Luk, *Partnerships to Improve Supply Chains*, Sloan Management Review, Cambridge, Summer 1999.

- Dwyer, F.R., *Channel Member Satisfaction : Laboratory Insight*, Journal of Retailing, vol.56, No 2, 1980, pp.45 – 65.
- Etgar, Michael, *Channel Environment and Channel Leadership*, Journal of Marketing Research, February 1977.
- Ferdinand, Augusty, *Structural Equation Modeling dalam Penelitian Manajemen*, Penerbit Universitas Diponegoro, 2000.
- Fahy, John and Taguchi, Fuyuki, *Reassessing the Japanese Distribution System*, Sloan Management Review, Winter 1995.
- Frazier, Gary L & Walfried M. Lassar, *Determinants of Distribution Intensity*, Journal of Marketing, October 1996.
- Goni Roy, SE, *Distributor, Strategi Pemasaran, dan Peta Distribusi*, Usahawan No. 08 Th XXVII, Agustus 1998.
- Hadi Sutrisno, *Metodologi Research*, Jilid 1, Yogyakarta, penerbit Andi Offset, (1993).
- Hair, Jr, Joseph F, Rolph E Anderson, Ronald L. Tatham and William C Black, *Multivariate Data Analysis With Readings*, (Fourth Edition), Prentice Hall International, Inc. , 1995.
- Hardy, K.G. and Magrath, A.J., *Marketing Channel Management : Strategic Planning, and Tactics*, Scott, Foresman, Glenview, IL,1988.
- Hulland, J. and Chow, Y.H., & Lam, S. *Use of Causal Models in Marketing Research : A Review*. International Journal of Research in Marketing, 13, pp.181 – 197.
- Jawa Pos, *Minyak Langka Diduga Akibat Permainan Agen*, 23 Mei 2000.
- Jawa Pos, *Minyak Kian Langka, Harga Rp.700,-/liter*, 25 Mei 2000.
- Kasali Rhenald, *Mengurai Benang Kusut Distribusi*, Usahawan No. 08 Th XXVII, Agustus 1998.
- Kotler, Phillip (1997). *Marketing Management*, edisi ke-8. Prentice Hall
- Kohli, A and Jaworski, B, *Market Orientation : The Construct, Research Propositions and managerial Implications*, Journal of Marketing, vol. 54, pp.1- 18

- Louis W. Stern, Adel I. El Anshary and James R. Brown, *Management in Marketing Channels*, Englewood Cliffs, NJ, Prentice Hall, 1989
- Miller, D.C., *Handbook of Research Design and Social Measurement* (Fifth Edition), Sage apublication.
- Mohr, Jakki J., Robert J. Fisher & John R. Nevin, *Collaborative Comunication in Interfirm Relationships : Moderating Effects of Integration and Control*, Journal of Marketing, July, 1996.
- Narus, James A. et. al., *Rethinking Distribution*, Harvard Bussines Review, Juli – Agustus, 1996
- Oliver, R.L. (1991), *A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions*, Journal of Marketing Reaserch, vol .17 no.4, November, pp. 460 – 69.
- Rao, Purba (1996), *Measuring Consumer Perception Trough Factor Analisis*, The Asian Manager, February – March, pp 28 – 32.
- Republika, *Kelangkaan Minyak Tanah Kian Resahkan Masyarakat*, 25 Mei 2000.
- Jawa Pos, *Minyak Langka Diduga Akibat Permainan Agen*, 23 Mei 2000.
- Shipley, D., Cook, D and Bennet, E., *Recruitment, Motivation, Training and Evaluatin of Overseas Distributors*, European Journal of Marketing, vol.23 No.2, 1989, pp.79 – 93.
- Shipley, D., Cook, D and Egan, Colin, *Power, Conflict, and Co-operation in Brewer-Tenant Distribution Channels*, International Journal of Service industry Management, vol. 3 No. 4, 1992 pp.44 – 62.
- Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi, *Metode Penelitian Survai*, Edisi Revisi, Jakarta, penerbit LP3ES.
- Suara Merdeka, *Minyak Tanah Makin Langka*, 22 Mei 2000.
- Supramono, SE & Ir. Sugiarto, *Statistika*, penerbit Andi Offset Yogyakarta, cetakan pertama, 1993.
- Swastha, D. H, Basu, *Manajemen Pemasaran Modern*, Liberty, Yogyakarta
- Sibley, S.D. and Teas, K.R., *The Manufacturers Agent in Industrial Distribution*, , Industrial Marketing Management, vol.8, 1979, 286 – 92.

Supranto, J., *Statistik Teori dan Aplikasi*, Erlangga (1996).

Soeratno dan Arsyad, Lincoln, *Metodologi Penelitian Untuk Ekonomi dan Bisnis*, BPFE, Yogyakarta, 1995.

Stahl, A Robert, *Earning Supplier Partnerships Through Principled Negotiations*, Hospital Materiel Management Quarterly : Rockville, Mei 2000.

Tabachnick, B.G., and Fidell, L.S. *Using Multivariate Statistic* (Third Edition) New York :Harper Colling College Publishers (1996).

Tuohy, Michael R., Eric W Speer, *New Distribution Plans Can Increase Sales*, Best Review. L/H. December 1995.

Zikmund, W.G., *Business Research Method*, (fourth edition) : The Dryden Press, Harcourt College, Publisher, 1994.