

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Konsep Efektivitas

Kata efektif berasal dari bahasa Inggris yaitu *effective* yang berarti berhasil atau sesuatu yang dilakukan berhasil dengan baik. Kamus ilmiah populer mendefinisikan efektivitas sebagai ketepatan penggunaan, hasil guna atau menunjang tujuan. Pendapat H. Emerson yang dikutip Soewarno Handyaningrat S. (1994:16) yang menyatakan bahwa “Efektivitas adalah pengukuran dalam arti tercapainya tujuan yang telah ditentukan sebelumnya.” Hal ini sesuai dengan pendapat yang dikemukakan oleh Hidayat (1986) yang menjelaskan bahwa :“Efektivitas adalah suatu ukuran yang menyatakan seberapa jauh target (kuantitas, kualitas dan waktu) telah tercapai. Dimana makin besar persentase target yang dicapai, makin tinggi efektivitasnya”.

Dari beberapa pendapat di atas mengenai efektivitas, dapat disimpulkan bahwa efektivitas adalah suatu ukuran yang menyatakan seberapa jauh target (kuantitas,kualitas dan waktu) yang telah dicapai oleh manajemen, yang mana target tersebut sudah ditentukan terlebih dahulu. Sedangkan Efektivitas menurut *H. Emerson* : pengukuran dalam arti tercapainya sasaran atau tujuan yang telah ditentukan sebelumnya. (Soewarno Handyaningrat, 1990, hal 15)

Menurut pendapat Mahmudi mendefinisikan efektivitas, sebagai berikut: “Efektivitas merupakan hubungan antara *output* dengan tujuan, semakin besar kontribusi (sumbangan) *output* terhadap pencapaian tujuan, maka semakin efektif organisasi, program atau kegiatan”(Mahmudi, 2005:92). Efektivitas berfokus pada *outcome* (hasil), program, atau kegiatan yang dinilai efektif

apabila *output* yang dihasilkan dapat memenuhi tujuan yang diharapkan atau dikatakan *spending wisely*.

1. Pengertian Efektivitas

Menurut Sejathi (2011), efektivitas merupakan “ketepatangunaan, hasil guna, menunjang tujuan.” Soewarno Handayaniingrat (1983) dalam Ade Gunawan (2003:2) menyatakan bahwa : “Efektivitas merupakan pengukuran dalam arti terperinci sasaran atau tujuan yang telah ditentukan sebelumnya”. Ali Muhidin (2009) juga menjelaskan bahwa: Efektivitas juga berhubungan dengan masalah bagaimana pencapaian tujuan atau hasil yang diperoleh, kegunaan atau manfaat dari hasil yang diperoleh, tingkat daya fungsi unsur atau komponen, serta masalah tingka kepuasan pengguna/client.

Berdasarkan definisi-definisi di atas, maka dapat disimpulkan bahwa efektivitas merupakan ketepatangunaan suatu program untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

2. Pendekatan yang Digunakan dalam Penilaian Efektivitas

Dalam menilai efektivitas program, Tayibnafis (2000:23-36) dalam Ali Muhidin (2009) menjelaskan berbagai pendekatan evaluasi. Pendekatan-pendekatan tersebut yaitu:

- a. Pendekatan eksperimental (*experimental approach*). Pendekatan ini berasal dari kontrol eksperimen yang biasanya dilakukan dalam penelitian akademik. Tujuannya untuk memperoleh kesimpulan yang bersifat umum tentang dampak

suatu program tertentu dengan mengontrol sebanyak-banyaknya faktor dan mengisolasi pengaruh program.

- b. Pendekatan yang berorientasi pada tujuan (*goal oriented approach*). Pendekatan ini memakai tujuan program sebagai kriteria untuk menentukan keberhasilan. Pendekatan ini amat wajar dan praktis untuk desain pengembangan program. Pendekatan ini memberi petunjuk kepada pengembang program, menjelaskan hubungan antara kegiatan khusus yang ditawarkan dengan hasil yang akan dicapai.
- c. Pendekatan yang berfokus pada keputusan (*the decision focused approach*). Pendekatan ini menekankan pada peranan informasi yang sistematis untuk pengelola program dalam menjalankan tugasnya. Sesuai dengan pandangan ini informasi akan amat berguna apabila dapat membantu para pengelola program membuat keputusan. Oleh sebab itu, evaluasi harus direncanakan sesuai dengan kebutuhan untuk keputusan program.
- d. Pendekatan yang berorientasi pada pemakai (*the user oriented approach*). Pendekatan ini memfokuskan pada masalah utilisasi evaluasi dengan penekanan pada perluasan pemakaian informasi. Tujuan utamanya adalah pemakaian informasi yang potensial. Evaluator dalam hal ini menyadari sejumlah elemen yang cenderung akan mempengaruhi kegunaan evaluasi, seperti cara-cara pendekatan dengan klien, kepekaan, faktor kondisi, situasi seperti kondisi yang telah ada (*pre-existing condition*), keadaan organisasi dengan pengaruh masyarakat, serta situasi dimana evaluasi dilakukan dan dilaporkan. Dalam pendekatan ini, teknik analisis data, atau penjelasan tentang tujuan evaluasi memang penting, tetapi tidak sepenting usaha pemakai dan cara pemakaian informasi.

- e. Pendekatan yang responsif (*the responsive approach*). Pendekatan responsif menekankan bahwa evaluasi yang berarti adalah evaluasi yang mencari pengertian suatu isu dari berbagai sudut pandang semua orang yang terlibat, berminat, dan berkepentingan dengan program (*stakeholder program*). Evaluator menghindari satu jawaban untuk suatu evaluasi program yang diperoleh dengan memakai tes, kuesioner, atau analisis statistik, sebab setiap orang yang dipengaruhi oleh program merasakannya secara unik. Evaluator mencoba menjembatani pertanyaan yang berhubungan dengan melukiskan atau menguraikan kenyataan melalui pandangan orang-orang tersebut. Tujuan evaluasi adalah untuk memahami ihwal program melalui berbagai sudut pandang yang berbeda.

Sehubungan dengan hal tersebut di atas, maka efektivitas adalah menggambarkan seluruh siklus input, proses dan output yang mengacu pada hasil guna daripada suatu organisasi, program atau kegiatan yang menyatakan sejauhmana tujuan (kualitas, kuantitas, dan waktu) telah dicapai, serta ukuran berhasil tidaknya suatu organisasi mencapai tujuannya dan mencapai targettargetnya. Hal ini berarti, bahwa pengertian efektivitas yang dipentingkan adalah semata-mata hasil atau tujuan yang dikehendaki.

Pandangan yang sama menurut pendapat Peter F. Drucker yang dikutip H.A.S. Moenir mendefinisikan efektivitas, sebagai berikut efektivitas, pada sisi lain, menjadi kemampuan untuk memilih sasaran hasil sesuai. Seorang manajer efektif adalah satu yang memilih kebenaran untuk melaksanakan”(Moenir, 2006:166). Memperhatikan pendapat para ahli di atas, bahwa konsep efektivitas merupakan suatu konsep yang bersifat multidimensional, artinya dalam

mendefinisikan efektivitas berbeda-beda sesuai dengan dasar ilmu yang dimiliki walaupun tujuan akhir dari efektivitas adalah pencapaian tujuan.

Kata efektif sering dicampuradukkan dengan kata efisien walaupun artinya tidak sama, sesuatu yang dilakukan secara efisien belum tentu efektif. Menurut pendapat Gibson Ivancevich Donnelly, menyebutkan bahwa ukuran efektivitas organisasi, sebagai berikut :

1. Produksi adalah merupakan kemampuan organisasi untuk memproduksi jumlah dan mutu output sesuai dengan permintaan lingkungan.
2. Efisiensi adalah merupakan perbandingan (ratio) antara *output* dengan *input*.
3. Kepuasan adalah merupakan ukuran untuk menunjukkan tingkat dimana organisasi dapat memenuhi kebutuhan masyarakat.
4. Keunggulan adalah tingkat dimana korganisasi dapat dan benar-benar tanggap terhadap perubahan internal dan eksternal.
5. Pengembangan adalah merupakan mengukur kemampuan organisasi untuk meningkatkan kapasitasnya dalam menghadapi tuntutan masyarakat.

(Gibson, 1996:34)

Menurut pendapat Richard M. Steers menyebutkan beberapa ukuran daripada efektivitas, yaitu :

1. Kualitas artinya kualitas yang dihasilkan oleh organisasi;
2. Produktivitas artinya kuantitas dari jasa yang dihasilkan;
3. Kesiagaan yaitu penilaian menyeluruh sehubungan dengan kemungkinan dalam hal penyelesaian suatu tugas khusus dengan baik;
4. Efisiensi merupakan perbandingan beberapa aspek prestasi terhadap biaya untuk menghasilkan prestasi tersebut;

5. Penghasilan yaitu jumlah sumber daya yang masih tersisa setelah semua biaya dan kewajiban dipenuhi;
6. Pertumbuhan adalah suatu perbandingan mengenai eksistensi sekarang dan masa lalunya;
7. Stabilitas yaitu pemeliharaan struktur, fungsi dan sumber daya sepanjang waktu;
8. Kecelakaan yaitu frekuensi dalam hal perbaikan yang berakibat pada kerugian waktu;
9. Semangat Kerja yaitu adanya perasaan terikat dalam hal pencapaian tujuan, yang melibatkan usaha tambahan, kebersamaan tujuan dan perasaan memiliki;
10. Motivasi artinya adanya kekuatan yang muncul dari setiap individu untuk mencapai tujuan;
11. Kepaduan yaitu fakta bahwa para anggota organisasi saling menyukai satu sama lain, artinya bekerja sama dengan baik, berkomunikasi dan mengkoordinasikan;
12. Keluwesan Adaptasi artinya adanya suatu rangsangan baru untuk mengubah prosedur standar operasinya, yang bertujuan untuk mencegah keterbekuan terhadap rangsangan lingkungan; (Steers, 1985:46-48).

Berdasarkan uraian di atas, bahwa ukuran daripada efektifitas harus adanya suatu perbandingan antara input dan output, ukuran daripada efektifitas mesti adanya tingkat kepuasan dan adanya penciptaan hubungan kerja yang kondusif serta intensitas yang tinggi, artinya ukuran dari pada efektivitas adanya rasa saling memiliki dengan tingkatan yang tinggi.

B. Konsep Distribusi Barang

Dalam rangka kegiatan memperlancar arus barang dari produsen ke konsumen, maka salah satu faktor penting yang tidak boleh diabaikan adalah memilih secara tepat *saluran distribusi /channel of distribution* yang akan digunakan dalam rangka usaha penyaluran barang-barang dari produsen ke konsumen. yang disebut dengan saluran distribusi adalah lembaga-lembaga distributor atau lembaga-lembaga penyalur yang mempunyai kegiatan untuk menyalurkan atau menyampaikan barang-barang dari produsen ke konsumen. Distributor-distributor penyalur ini bekerja secara aktif untuk mengusahakan perpindahan bukan hanya secara fisik tetapi dalam arti barang-barang tersebut sampai ke tujuan (konsumen). Tapi tidak termasuk di sini perusahaan transport yang secara fisik ikut menyalurkan barang dari produsen ke konsumen, sebab perusahaan transport seperti ini tidak mempunyai kewajiban moral untuk ikut mengusahakan agar barang tersebut dapat diterima oleh konsumen.

Oleh karena pengaruhnya sangat besar terhadap kelancaran penjualan maka masalah saluran distribusi ini harus betul-betul dipertimbangkan dan sama sekali tidak boleh diabaikan. Menurut pakar ekonomi, David A Revzan ”*saluran distribusi merupakan suatu jalur yang dilalui oleh arus barang dari produsen ke perantara dan akhirnya sampai pada konsumen*”.

Jika pada dahulu perniagaan sering kali terkendala akan jarak dan lokasi, kini perlahan telah mulai hilang. Pertumbuhan internet yang tak terbendung sejalan dengan pesatnya jasa pengiriman barang menjadi kunci dalam masalah jarak dan waktu untuk perniagaan ini. Sama hal dengan teknologi dan perkembangan internet, masalah pengertian pengiriman barang

pun kini telah bertransformasi sejalan dengan teknologi, waktu dan kebutuhan. Pada dasarnya untuk pengertian pengiriman barang sendiri adalah memindahkan/mengirimkan barang dari satu lokasi ketempat tujuan yang disesuaikan dengan dokumen pemesanan dan pengiriman serta dalam kondisi yang sesuai dengan persyaratan penanganan barangnya. Jika dahulu sarana transportasi untuk pengiriman barang masih sangat terbatas sehingga seringkali memakan waktu yang lama kini dengan kemajuan teknologi dibidang transportasi kini pengiriman barang bisa disesuaikan dengan waktu dan volume barang yang dibutuhkan.

Secara umum pengiriman barang adalah segala upaya yang diselenggarakan secara sendiri atau bersama-sama dalam suatu organisasi untuk memberikan pelayanan jasa berupa pengiriman barang, baik antar kota, antar pulau dan antar negara. Pelayanan jasa pengiriman barang adalah segala upaya yang diselenggarakan atau dilaksanakan secara sendiri atau secara bersama – sama dalam suatu organisasi untuk memberikan pelayanan secara efektif dan efisien.

Distribusi artinya proses yang menunjukkan penyaluran barang dari produsen sampai ke tangan masyarakat konsumen. Produsen artinya orang yang melakukan kegiatan produksi. Konsumen artinya orang yang menggunakan atau memakai barang/jasa dan orang yang melakukan kegiatan distribusi disebut distributor. Distribusi merupakan kegiatan ekonomi yang menjembatani kegiatan produksi dan konsumsi. Berkat distribusi barang dan jasa dapat sampai ke tangan konsumen. Dengan demikian kegunaan dari barang dan jasa akan lebih meningkat setelah dapat dikonsumsi.

Dari apa yang baru saja diuraikan, tampaklah bahwa distribusi turut serta meningkatkan kegunaan menurut tempatnya (*place utility*) dan menurut waktunya (*time utility*).

C. Definisi Perusahaan Jasa Pengiriman Barang

Jasa pengiriman sangat membantu mengirimkan benda kepada seseorang. Entah jaraknya memang sangat jauh, entah tidak begitu jauh, yang pasti jasa pengiriman memiliki andil dalam sampainya benda yg dikirim kepada yang dituju atau yang dimaksud. Pengertian Pelayanan Jasa Pengiriman Barang Secara umum pelayanan jasa Pengiriman barang adalah segala upaya yang diselenggarakan atau dilaksanakan secara sendiri atau secara bersama – sama dalam suatu organisasi untuk memberikan pelayanan secara efektif dan efisien.

Banyak orang menggunakan jasa pengiriman karena jaraknya yang jauh. Selain itu, juga disebabkan kecepatan waktu saat pengiriman. Semakin cepat benda sampai pada yang dituju, semakin banyak pelanggannya. Namun bukan berarti yang menjadi prioritas hanyalah masalah kecepatan waktu sampai saja. Masalah keamanan benda atau barang yg dikirim pun menjadi prioritas, malah menjadi prioritas utama. Kecepatan waktu kirim tidak akan menjadi apa-apa jika barang yang kita percayakan untuk dikirim ternyata mengalami kerusakan atau bahkan hilang.

Perusahaan adalah suatu unit kegiatan ekonomi yang diorganisasi dan dijalankan untuk menyediakan barang dan jasa bagi masyarakat dengan motif memperoleh keuntungan atau laba. Pengertian Pelayanan Jasa Pengiriman Barang Secara umum pelayanan jasa Pengiriman barang adalah segala upaya yang

diselenggarakan atau dilaksanakan secara sendiri atau secara bersama – sama dalam suatu organisasi untuk memberikan pelayanan secara efektif dan efisien.

Semakin bergulirnya waktu bisnis jasa pengiriman tumbuh pesat dan semakin banyak, hingga sering kali kita yang hendak mengirimkan barang merasa kesulitan karena ragu akan kualitas dari jasa pengiriman tersebut, agar tidak merasa tertipu dan rugi. Ada beberapa hal yg sebaiknya anda perhatikan dalam memilih jasa pengiriman barang :

- 1. Ketepatan dan ketepatan Waktu Hantaran,** Ketepatan waktu hantaran adalah salah satu yang paling krusial dalam memilih jasa pengiriman cargo. Ketepatan waktu sangat dipengaruhi oleh moda transporternya, melalui udara, laut ataukah darat. Tentunya ketiga tersebut juga akan berdampak pada masalah harga
- 2. Garansi,** terdapat banyak garansi untuk jasa pengiriman barang, oleh karena itu tanyakan kepada jasa pengiriman barang tentang berbagai garansi yang ada pada jasa pengiriman barang tersebut, antara lain: Garansi ketepatan waktu, Garansi barang rusak atau hilang, Garansi uang kembali, Garansi penghantaran ketika hari libur
- 3. Service/ Layanan,** “ Pelayanan adalah kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan landasan faktor material melalui sistem, prosedur dan metode tertentu dalam rangka usaha memenuhi kepentingan orang lain sesuai dengan haknya. ”(Moenir, 2006, hal:26). berbagai layanan yang kini terdapat pada jasa pengiriman cargo sekarang ini berupa jasa pengiriman cargo *Door to door* dan jasa pengiriman barang *Port to Door*.
- 4. Spesialisasi,** layaknya bisnis jasa yang lainnya “spesialisasi” merupakan hal yang bisa mempengaruhi kepercayaan konsumen dan tarif yang akan dipasang oleh jasa pengiriman barang tersebut, dan *spesialisasi* dalam jasa pengiriman cargo biasanya terdiri atas rute yang akan dilewatinya dan jenis transportasi yang akan digunakannya
- 5. Harga,** untuk masalah harga dari jasa pengiriman cargo itu sendiri banyak faktor yang menentukan, jangan hanya melihat harga murah lantas memilih,

namun pertimbangkanlah hal-hal diatas untuk merujuk pada harga yang dipasang, karena setiap harga tentu ada rasa tersendiri.