

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

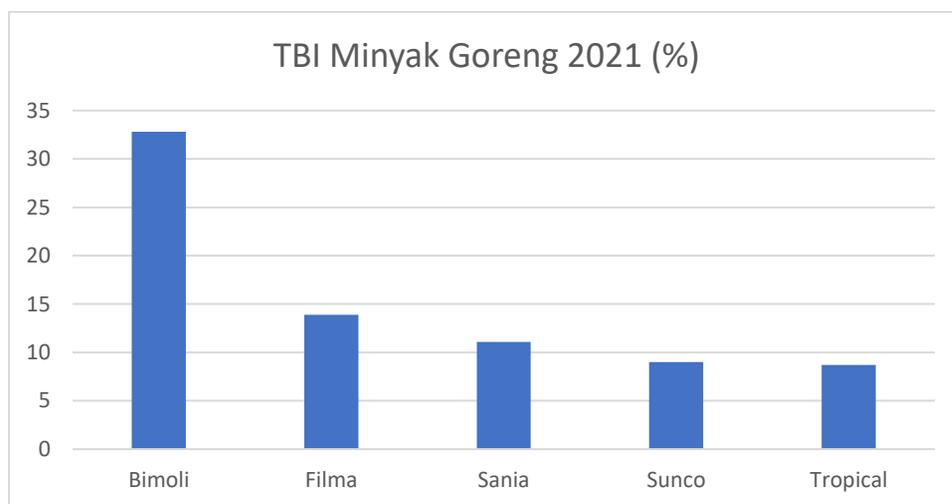
Bidang industri di Indonesia semakin mengalami pertumbuhan yang pesat, khususnya di bidang industri manufaktur. Adapun bukti nyata dari pertumbuhan industri manufaktur tersebut ditandai dengan adanya peningkatan permintaan kebutuhan dari konsumen khususnya dibidang bahan pangan. Dengan adanya peningkatan jumlah permintaan dari konsumen tentunya menjadi peluang bagi setiap pelaku usaha khususnya dibidang manufaktur, pangan dan sejenisnya. Saat ini pelaku-pelaku usaha dibidang tersebut sudah sangat banyak dijumpai di Indonesia. Oleh karena itu, pelaku usaha atau perusahaan-perusahaan dituntut untuk mampu bersaing antara satu perusahaan dengan perusahaan lainnya. Adapun tujuan dari setiap pelaku bisnis/perusahaan yaitu untuk memperoleh profit melalui kegiatan peningkatan penjualan dan pendapatan, maka setiap pelaku usaha harus aktif dalam segala cara untuk meningkatkan kepuasan pelanggan melalui penciptaan produk yang berkualitas, ketepatan waktu dalam pengiriman, efisiensi biaya serta membuat strategi perencanaan yang membantu proses pendistribusian produk yang dihasilkan oleh bisnisnya. Adapun bukti dari pertumbuhan industri dapat dilihat dalam grafik pertumbuhan produk domestik, menurut penggunaan (BPS, 2021).



Gambar 1. 1 Pertumbuhan PDRB Menurut Pengeluaran (Y-ON-Y) (Persen)
Sumber: Badan Pusat Statistik Provinsi Sumatera Utara, 2021

Berdasarkan gambar di atas diketahui bahwa jenis pengeluaran konsumsi rumah tangga merupakan salah satu faktor dalam terciptanya pertumbuhan industri di Indonesia. Dimana konsumsi adalah pembelanjaan barang dan jasa oleh rumah tangga. Adapun yang dimaksud dengan barang adalah barang rumah tangga yang sifatnya tahan lama maupun barang yang tidak tahan lama, contohnya makanan dan pakaian (Mankiw, 2009).

Salah satu produk yang paling sering digunakan dalam konsumsi rumah tangga adalah minyak goreng. Dimana minyak goreng merupakan elemen penting dalam kegiatan penyediaan pangan/makanan di dalam rumah tangga. Menurut (Lempang, 2016) minyak goreng adalah bahan pangan dengan komposisi utama trigliserida yang berasal dari bahan nabati dengan tanpa perubahan kimiawi termasuk hidrogenasi, pendinginan dan telah melalui proses rafinasi atau pemurnian yang digunakan untuk menggoreng. Salah satu produk minyak goreng yang cukup dikenal dan sering digunakan masyarakat Indonesia adalah minyak goreng Bimoli. Minyak goreng Bimoli adalah salah satu produk yang dihasilkan oleh PT Salim Ivomas Pratama Tbk yang dimiliki oleh grup PT Indofood Sukses Makmur Tbk dan Indofood Agari Resources Ltd (Indoagri). Saat ini, pasar minyak goreng dalam kategori minyak goreng dikuasai oleh Bimoli di tempat pertama, Filma di tempat kedua, Sania di tempat ketiga, Sunco di tempat keempat dan Tropical di tempat kelima. Pernyataan tersebut didukung oleh (TBI, 2021).



Gambar 1. 2 TBI dalam Industri Minyak Goreng Kemasan Tahun 2021

Sumber: Top Brand Award 2021

Berdasarkan gambar di atas, dapat dilihat bahwa produk minyak goreng Bimoli merupakan produk yang paling diminati oleh konsumsi rumah tangga masyarakat di Indonesia. Tingginya minat masyarakat tentunya dipengaruhi oleh kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan. Dimana menurut (Kotler, 2014) adalah proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan, dengan tujuan menangkap nilai dari pelanggan sebagai imbalan. Pada dasarnya pemasaran suatu barang mencakup perpindahan atau aliran dari dua hal, yaitu aliran fisik barang itu sendiri dan aliran kegiatan transaksi untuk barang tersebut (Hasriani, 2018).

Sebaik apapun produk yang dihasilkan dan segencarnya kegiatan promosi yang dilakukan, tanpa adanya proses distribusi yang baik, tidak mungkin produk tersebut dapat sampai pada konsumen akhir dengan tepat. Distribusi adalah suatu kegiatan

untuk memindahkan produk dari pihak *supplier* kepada pihak konsumen dalam suatu *supply chain*. Distribusi merupakan suatu kunci yang akan diperoleh perusahaan karena distribusi secara langsung akan mempengaruhi biaya dari *supply chain* dan kebutuhan konsumen. Jaringan distribusi yang tepat dapat digunakan untuk mencapai berbagai macam tujuan dari *supply chain*. Mulai dari biaya yang rendah sampai respon yang tinggi terhadap permintaan dari konsumen (Chopra & Meindl, 2007).

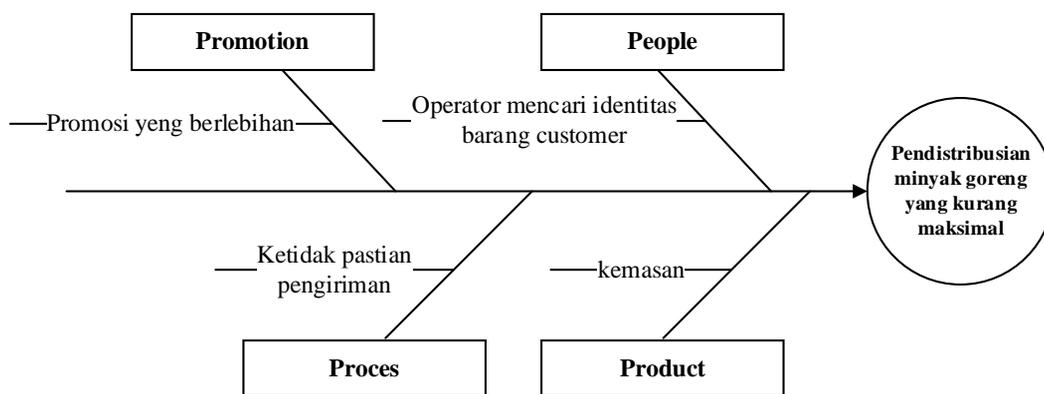
Dalam menyalurkan produk sebuah perusahaan tentu harus melakukan kegiatan penjadwalan (*scheduling*) terhadap pendistribusian produk sehingga sampai di tangan konsumen. *Scheduling* merupakan bagian dari perencanaan, yaitu perencanaan mengenai waktu melaksanakan kegiatannya. Penjadwalan adalah aktivitas pengelokasian sumber daya perusahaan untuk memproduksi suatu barang atau jasa dengan biaya dan tingkat persediaan yang rendah (Heizer & Render, 2017).

PT Alamjaya Wirasentosa merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang trading dan distribusi yang berlokasi di Jl. Silandit No. 67, Kel. Silandit 22728 Kecamatan Padang Sidempuan. Dalam kegiatan distribusinya, PT Alamjaya melakukan kegiatan distribusi untuk berbagai jenis produk rumah tangga seperti produk Indomie, *Snack* Indofood, Bimoli, Ladaku, Cap Badak, Simas dan lain sebagainya. Adapun pada penelitian kali ini, penulis mengambil topik yaitu distribusi produk minyak goreng Bimoli. Produk minyak goreng Bimoli dihasilkan oleh pabrik PT. Salim Ivomas Pratama Tbk yang berlokasi di Jalan Sudirman No. 82, Petapahan Kec. Lubuk Pakam, Kabupaten Serdang, Sumatera Utara, 20511. PT Alamjaya Wirasentosa merupakan distributor untuk wilayah Sumut bagian Selatan seperti wilayah - wilayah diantaranya Padang Sidempuan, Mandailing Natal dan Tapanuli Selatan.

Dalam proses distribusi PT Alamjaya Wirasentosa tentunya tidak selamanya berjalan lancar. Pada kegiatan pendistribusian minyak goreng Bimoli, PT. Alamjaya terkadang mengalami beberapa kendala/hambatan yang mempengaruhi jalannya kegiatan pendistribusian minyak goreng Bimoli dilakukan secara tidak maksimal. Adapun permasalahan yang terjadi pada sistem pendistribusian minyak goreng adalah kurangnya jumlah kapasitas produk yang diterima pada wilayah Padang Sidempuan, Mandailing Natal dan Tapanuli Selatan dikarenakan ketidakpastian jumlah pengiriman yang dilakukan oleh PT. Alamjaya Wirasentosa. Permasalahan tersebut tentunya berpengaruh terhadap jalannya kegiatan distribusi produk menjadi tidak maksimal dan memerlukan perbaikan untuk masalah tersebut. Dalam melihat permasalahan tersebut perusahaan tentu harus membuat kebijakan untuk pengendalian antara kapasitas persediaan minyak goreng yang ada pada *distribution center* PT. Alamjaya Wirasentosa dengan jumlah kapasitas permintaan dari konsumen yang berada pada

wilayah-wilayah tersebut. Hal tersebut bertujuan guna tercapainya pemerataan pendistribusian minyak goreng secara optimal.

PT. Alamjaya Wirasantosa merupakan salah satu *distribution center* yang bergerak dalam pendistribusian beberapa produk bahan pangan. Sebagai fokus penelitian produk yang didistribusikan oleh PT. Alamjaya Wirasantosa merupakan produk minyak goreng Bimoli. Dalam kegiatan pendistribusiannya, PT. Alamjaya Wirasantosa melakukan pengiriman ke beberapa wilayah seperti Padang Sidempuan, Mandailing Natal dan Tapanuli Selatan. Adapun wilayah – wilayah tersebut terbagi lagi menjadi wilayah-wilayah seperti Padang Sidempuan Kota, Padang Sidempuan Tenggara, Padang Sidempuan Selatan, Padang Sidempuan Batunadua, Siabu, Bukit Malintang, Panyabungan Kota, Panyabungan Utara, Panyabungan Tenggara, Panyabungan Selatan, Kotanopan, Muara Sipongi, Natal, Batang Angkola dan Sayur Matinggi.



Gambar 1. 3 Fishbone Pendistribusian yang Kurang Maksimal

(Sumber: Data Diolah)

Berdasarkan gambar 1.3 *fishbone*, menunjukkan bahwa suatu akar masalah yang terjadi pada PT. Alamjaya Wirasantosa adalah pendistribusian minyak goreng yang kurang maksimal yang disebabkan oleh 4 faktor diantaranya, faktor *people*/orang, faktor *proccess*/proses dan faktor *product*/produk dan faktor *promotion*/promosi. Adapun yang dimaksud dengan faktor *people* dapat diartikan sebagai operator lama mencari identitas barang *customer*. Selanjutnya yang dimaksud dengan faktor *process* dapat diartikan sebagai kesalahan dalam ketidakpastian distribusi khususnya dalam perencanaan sistem distribusi dan yang dimaksud dengan faktor *product* atau faktor produk diartikan sebagai rusaknya kemasan yang digunakan dalam pengiriman dengan jarak tempuh yang jauh serta faktor *promotion* atau promosi yaitu kegiatan promosi yang dilakukan secara berlebih sehingga antara jumlah permintaan yang banyak tidak mampu dipenuhi secara menyeluruh.

Untuk mengantisipasi hal-hal yang dapat mengurangi kepuasan pelanggan tentunya menjadi pembelajaran bagi perusahaan untuk menangani hal-hal tersebut.

Berdasarkan kendala-kendala yang dihadapi dalam kegiatan distribusi maka perusahaan perlu menyiapkan dan menerapkan strategi distribusi yang baik untuk mengantisipasi keterlambatan. Adapun strategi-strategi yang dapat diterapkan seperti perencanaan distribusi meliputi kegiatan pemilihan jenis saluran pemasaran dan peramalan.

Menurut (Kotler, 1997), saluran distribusi adalah serangkaian organisasi yang saling tergantung dan terlibat dalam proses untuk menjadikan suatu barang atau jasa siap untuk digunakan atau dikonsumsi. Sedangkan peramalan adalah seni dan ilmu untuk memperkirakan kejadian di masa depan. Hal ini dapat dilakukan dengan melibatkan pengambilan data di masa lalu dan menempatkannya ke masa yang akan datang dengan suatu bentuk model matematis (Heize & Render, 2017) .

Berdasarkan permasalahan yang dialami PT. Alamjaya Wirasentosa maka perbaikan yang dapat dilakukan yaitu dengan cara melakukan perbaikan melalui perencanaan penjadwalan aktivitas distribusi menggunakan metode peramalan dan *Distribution Requirement Planning (DRP)*. Dengan metode tersebut perusahaan dapat membuat jadwal perencanaan pemenuhan distribusi secara optimal.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang akan diangkat pada penelitian ini adalah:

1. Bagaimana alur sistem perencanaan distribusi minyak Bimoli di PT. Alamjaya Wirasentosa?
2. Bagaimana penjadwalan aktivitas distribusi minyak goreng Bimoli yang optimal di PT. Alamjaya Wirasentosa?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, penelitian ini dilakukan dengan studi lapangan, pengolahan dan analisis data. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui alur sistem perencanaan distribusi minyak Bimoli di PT. Alamjaya Wirasentosa.
2. Untuk mengetahui perencanaan penjadwalan aktivitas distribusi minyak goreng Bimoli yang optimal di PT. Alamjaya Wirasentosa.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian, rumusan penelitian, dan tujuan penelitian, maka kegunaan hasil penelitian yang dicapai adalah sebagai berikut:

1. Bagi Mahasiswa
 - a. Untuk menerapkan ilmu dan studi pengetahuan yang telah diperoleh di perkuliahan

- b. Penelitian ini menambah wawasan dan berguna sebagai sumbangan literatur bagi dunia akademisi

2. Bagi Perguruan Tinggi

- a. Hasil penelitian dapat menjadi bahan pembelajaran bagi mahasiswa/i Sekolah Tinggi Manajemen Logistik Indonesia
- b. Memberikan referensi yang dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan kegiatan distribusi produk.

3. Bagi Objek Penelitian

- a. Dapat memberikan gambaran tentang kondisi kegiatan distribusi yang ada pada PT. Alamjaya Wirasantosa sehingga dapat menjadi bantuan dalam kegiatan evaluasi.
- b. Memberikan masukan informasi, sumbangan pemikiran bagi perusahaan dalam mengambil keputusan khususnya dalam kegiatan penentuan strategi distribusi produk.

1.5 Batasan Penelitian

Agar penelitian ini menjadi fokus, terarah dan sesuai dengan tujuan penelitian, maka peneliti membatasi lingkup penelitian sebagai berikut:

1. Penelitian ini dilakukan pada Distribusi Center PT Alamjaya Wirasantosa dalam periode 1 tahun yaitu pada tahun 2021.
2. Data yang diambil pada penelitian ini berdasarkan bulan januari sampai dengan bulan desember tahun 2021.
3. Objek penelitian laporan hanya berfokus pada satu produk yaitu minyak goreng Bimoli.
4. Solusi penelitian dilakukan untuk mengetahui tingkat distribusi yang akan terjadi untuk tahun 2022.
5. Penerapan dan pengolahan metode hanya dilakukan pada kegiatan distribusi produk minyak goreng Bimoli pada PT. Alamjaya Wirasantosa.

1.6 Lokasi Penelitian

Pada penelitian ini, penulis mengambil objek penelitian pada salah satu distribusi center khususnya distribusi produk minyak goreng Bimoli. Adapun objek penelitian tersebut adalah PT Alamjaya Wirasantosa. PT Alamjaya Wirasantosa merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang trading dan distribusi yang berlokasi di Jl. Silandit No. 67, Kel. Silandit 22728 Kecamatan Padang Sidempuan.

1.7 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika dalam penulisan penelitian ini, peneliti secara garis besar membagi menjadi beberapa bab, adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab I dikemukakan mengenai latar belakang permasalahan yang terjadi pada objek penelitian, yaitu adanya kendala yang dihadapi dalam proses pendistribusian minyak goreng Bimoli pada PT Alamjaya Wirasantosa. Batasan penelitian, yaitu pada kegiatan distribusi produk minyak goreng Bimoli PT Alamjaya Wirasantosa. Serta sistematika penulisan makalah penelitian yang terdiri dari Pendahuluan, Tinjauan Pustaka, Metodologi Penelitian, Pengumpulan dan Pengolahan Data, Analisis dan Pembahasan, dan terakhir adalah Penutup.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi mengenai teori-teori yang mendukung jalannya penulisan makalah penelitian ini. Adapun teori – teori tersebut diantaranya teori tentang strategi distribusi, saluran distribusi, peramalan (*forecasting*), *distribution requirement planning* (DRP) yang berhubungan dengan pembahasan yang digunakan dalam pemecahan masalah penelitian ini.

BAB III METODELOGI PENELITIAN

Pada bab ini berisi mengenai metode yang digunakan ddalam dalam penyelesaian makalah penelitian ini. Dalam penelitian ini, menggunakan metode penelitian kualitatif dan kuantitatif.

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Bab ini berisi mengenai data-data yang diperlukan untuk mencapai tujuan penelitian, Adapun data – data yang digunakan sebagai input/masukan adalah data yang berhubungan dengan jumlah permintaan/produk yang dikirim dalam satu periode tertentu.

BAB V ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi mengenai analisis penelitian untuk menganalisis hasil pengolahan data. Pada penelitian ini tahap analisis menggunakan metode analisis deskriptif.

BAB VI PENUTUP

Bab ini berisi mengenai kesimpulan yang diperoleh dari keseluruhan yang terdapat dalam penelitian, dan saran yang diberikan dari hasil penelitian untuk perusahaan ataupun kepada pihak peneliti selanjutnya.