

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan teknologi yang semakin berkembang di era informasi ini maka tuntutan konsumen akan semakin tinggi. Kualitas produk, harga produk dan ketepatan pengiriman menjadi salah satu kunci dalam menentukan keberhasilan suatu perusahaan distributor. Perkembangan teknologi informasi dan ekonomi dunia telah mengubah paradigma tentang logistik dan pengaturan *inventory* dan transportasi menjadi suatu proses peningkatan nilai tambah dari barang jasa. Dalam usaha memasarkan produk, suatu perusahaan dihadapkan pada masalah persaingan yang sangat ketat dari kompetitor, baik dari perusahaan lama maupun perusahaan yang masih tergolong baru. Persaingan usaha tidak hanya dititikberatkan pada hasil produksi saja, akan tetapi juga pada strategi pemasaran yang meliputi analisa pasar, keputusan tentang produk, penetapan harga, promosi dan distribusi.

Peran distribusi sangat menentukan bagi tersampainya sebuah produk sampai ke tangan konsumen. Dibutuhkan suatu proses yang efisien, yang menjamin produk sampai ke tangan konsumen secara luas. Bila perusahaan memiliki sistem penerapan saluran distribusi yang efisien, maka perusahaan itu akan dipandang baik oleh para konsumen. Distribusi dapat diartikan sebagai kegiatan pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian barang dan jasa dari produsen kepada konsumen, sehingga penggunaannya sesuai dengan yang diperlukan (jenis, jumlah, harga, tempat, dan saat dibutuhkan). Distribusi dilakukan sehingga penggunaannya sesuai dengan yang diperlukan. Seseorang atau sebuah perusahaan distributor adalah perantara yang menyalurkan produk dari pabrikan (*manufacturer*) ke pengecer atau konsumen. Setelah suatu produk dihasilkan oleh pabrik, produk tersebut dikirimkan dan biasanya juga sekaligus dijual ke suatu distributor. Distributor tersebut kemudian menjual produk tersebut ke pengecer atau pelanggan.

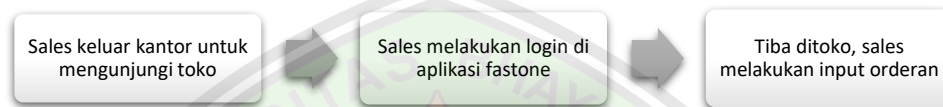
Untuk menempatkan suatu barang dan jasa pada tempat yang tepat, kualitas

yang tepat, jumlah yang tepat, harga yang tepat dan waktu yang tepat dibutuhkan penerapan saluran distribusi yang tepat pula. Bila perusahaan salah dalam memilih penerapan saluran distribusi maka akan dapat mengganggu kelancaran arus barang atau juga dari perusahaan ke tangan konsumen. Olehkarena itu, pemilihan penerapan distribusi merupakan salah satu hal terpenting yang harus ditentukan manajemen karena bersifat kritis dan dibutuhkan kecermatan serta ketelitian yang tinggi, dengan pemilihan penerapan saluran distribusi yang tepat dan efektif maka tujuan perusahaan akan tercapai penjualan sesuai keinginan perusahaan, karena kesalahan dalam memilih penerapan saluran distribusi akan mengganggu proses penyaluran barang sampai ke konsumen dan secara tidak langsung hal ini akan berpengaruh terhadap target penjualan yang diinginkan perusahaan. Hal-hal inilah yang harus diperhatikan oleh perusahaan dalam menjalankan sebuah sistem distribusi dan bagaimana sebuah penerapan saluran distribusi tersebut berjalan dengan efektif.

PT. Fastrata Buana merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang industri, sehingga dalam menjalankan aktivitas usahanya, akan selalu berhubungan dengan proses distribusi. PT. Fastrata Buana Cabang Pondok Ungu beralamat di Jl. Raya Bekasi KM 27 No. 119 RT 001/RW 006 Medan Satria, Kota Bekasi. PT. Fastrata Buana sendiri adalah anak perusahaan sekaligus distributor dari produk Kapal Api Group. Perusahaan holding yang terdiri dari tujuh unit usaha, yaitu Sulotco Jaya Abadi, Santos Jaya Abadi, Agel Langgeng, Fastrata Buana, Excelso Multi Rasa, Santos Premium Krimer dan Weiss Tech. Area distribusi dari perusahaan ini menjangkau seluruh wilayah Indonesia dengan produk-produk yang bermutu tinggi. Dalam proses distribusi, PT. Fastrata Buana mengalami permasalahan hal pendistribusian produk seperti keterlambatan pengiriman produk dan permasalahan waktu yang dibutuhkan ekspedisi dan *checker* gudang pada saat pemuatan barang memakan waktu yang cukup lama, disebabkan karna adanya antrian mobil yang akan dimuat dan terjadinya bentrokan waktu dengan team sales (team kanvas) yang akan membawa barang dagangnya untuk dijual dan dipasarkan sehingga kerap kali terjadi keterlambatan dalam hal pengiriman barang kepada pelanggan. Baiknya perusahaan bisa mengantisipasi masalah yang terjadi agar tidak kehilangan konsumen.

Sehingga bisa menguasai pasar dengan baik dan tidak mengalami kerugian akibat kehilangan konsumen. Dalam kasus yang dihadapi perusahaan ini berhubungan dengan saluran distribusi yang digunakan agar unit/produk bisa sampai ke pelanggan tepat waktu dan tepat sasaran sehingga bisa mengurangi adanya kerugian perusahaan. Adapun proses penyaluran barang yang dilakukan PT. Fastrata Buana Cabang Pondok sebagai berikut.

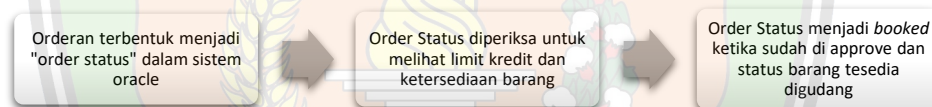
BAG. PENJUALAN (sales)



Gambar 1. 1 Proses Penyaluran Barang Pada Bagian *Sales*

Sumber: PT. Fastrata Buana Cab. Pondok Ungu (2023)

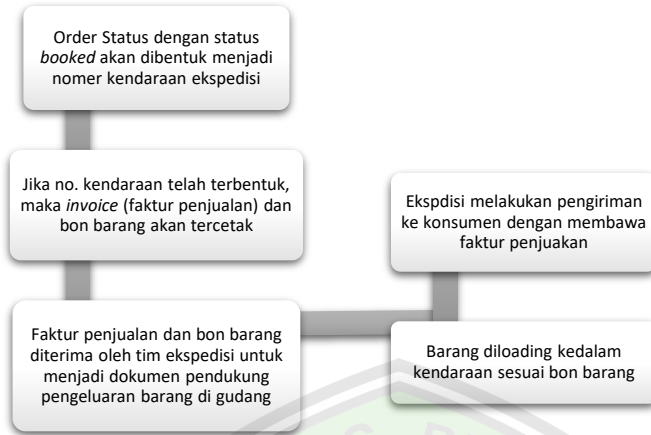
BAG. KEUANGAN DAN ADMINISTRASI



Gambar 1. 2 Proses Penyaluran Barang Pada Bagian *Finance*

Sumber: PT. Fastrata Buana Cab. Pondok Ungu (2023)

BAG. LOGISTIK DAN GUDANG



Gambar 1. 3 Proses Penyaluran Barang Pada Bagian *Warehouse*

Sumber: PT. Fastrata Buana Cab. Pondok Ungu (2023)

Berdasarkan Gambar diatas, dapat dilihat proses pengiriman barang sesuai dengan prosedur yang ditentukan dan diharapkan agar terciptanya ketepatan waktu pengiriman, namun dalam pelaksanaannya pengiriman tersebut tidak selalu berjalan dengan lancar, terkadang terjadi beberapa masalah seperti yang telah diuraikan diatas sehingga terjadi keterlambatan pengiriman barang. Didalam penelitian ini, penulis melakukan observasi data keterlambatan dalam proses pengiriman barang dengan fokus . Berikut adalah data keterlambatan pengiriman barang.

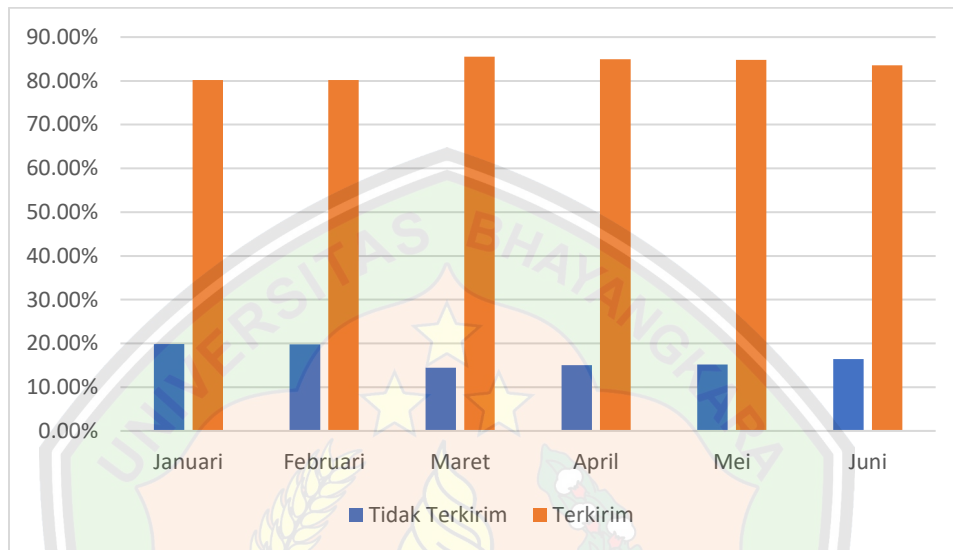
Tabel 1. 1 Rekapitulasi Jumlah Keterlambatan Pengiriman

| Bulan | Jumlah Kiriman (Box) | Terkirim (Box) | Tidak Terkirim (Box) | Persentase (%) |
|--------------|----------------------|----------------|----------------------|----------------|
| Januari | 123.703 | 106.493 | 17.210 | 13,91 |
| Februari | 122.491 | 105.651 | 16.840 | 13,74 |
| Maret | 129.371 | 110.845 | 18.526 | 14,32 |
| April | 132.412 | 111.659 | 20.753 | 15,53 |
| Mei | 131.457 | 128.877 | 20.580 | 15,65 |
| Juni | 123.703 | 105.753 | 17.950 | 14,51 |
| Total | 763.137 | 669.278 | 93.859 | 12,29 |

Sumber: PT. Fastrata Buana Cab. Pondok Ungu (2023)

Sesuai dengan Tabel 1.1 diatas, terdapat 12,29% keterlambatan pengiriman barang pada bulan Januari – Juni 2023 dikarenakan berbagai faktor salah satunya

yaitu adanya penumpukan kendaraan pada saat loading barang dan bentroknya waktu loading barang ekspedisi dan sales kanvas sehingga menghambat waktu pengiriman. Berikut rekapitulasi *key performace indicator* divisi gudang (*warehouse*) sesuai dengan data diatas.



Gambar 1. 4 Data Keterlambatan Pengiriman Produk Kopi

Sumber: PT. Fastrata Buana Cab. Pondok Ungu (2023)

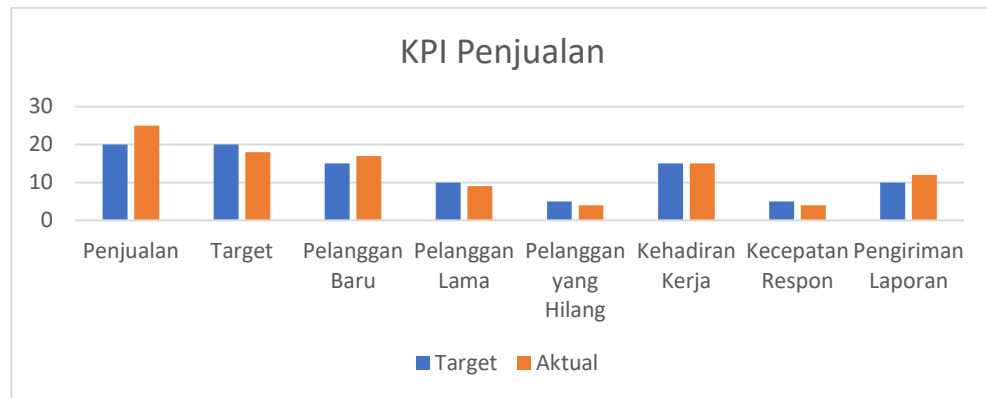
Berdasarkan Gambar 1.4 diatas dapat diketahui adanya keterlambatan pengiriman barang terbanyak terjadi pada bulan Maret yaitu sebesar 14,45%. Hal tersebut dikarenakan beberapa faktor salah satunya beberapa konsumen yang membuka tokonya hanya di jam-jam tertentu saja karena menghargai orang-orang yang menjalankan ibadah puasa sehingga akan menurunkan target penjualan *sales*, ada pula toko – toko yang sudah tutup lebih awal dikarenakan pulang ke kampung halaman (*mudik*), dan faktor utamanya ialah adanya penumpukan barang di toko pareto tertentu sehingga menyebabkan pengiriman tidak dapat berjalan lancar serta kendala pada pengadaan barang distribusi.

Tabel 1. 2 Rekapitulasi KPI Sales PT. Fastrata Buana

| No | Indikator | Key Performance Indicator | Bobot KPI (%) | Satuan | Target | Aktual | Skor Akhir |
|--------------|-----------------------|-------------------------------------|---------------|-----------|---------|---------|------------|
| 1 | Pertumbuhan Penjualan | Pencapaian Penjualan Tahun Berjalan | 20 | Persen | 20 | 17 | 17 |
| 2 | Target Penjualan | Total Produk Terjual | 20 | Unit | 250.000 | 205.000 | 18 |
| 3 | Jumlah Pelanggan | Pelanggan Baru | 15 | Pelanggan | 200 | 220 | 17 |
| | | Pelanggan Lama | 10 | Pelanggan | 150 | 140 | 9 |
| | | Pelanggan yang Hilang | 5 | Persen | <5% | 4% | 4 |
| 4 | Kedisiplinan | Kehadiran Kerja | 15 | Hari | 25 | 25 | 15 |
| | | Kecepatan Respon | 5 | Persen | 5 | 4 | 4 |
| | | Pengiriman Laporan | 10 | Persen | 10 | 12 | 12 |
| Total | | | 100 | | | | 96 |

Sumber: PT. Fastrata Buana Cab. Pondok Ungu (2023)

Kurang efektifnya saluran distribusi yang diakibatkan oleh selisih data antara penjualan dan pemesanan dapat diselesaikan dengan menggunakan pendekatan *Supply Chain Management*. Konsep *Supply Chain Management* (SCM) penting dalam efisiensi dan efektivitas aliran barang, aliran informasi dan aliran uang serta dalam menentukan nilai tambah produk saat ini. Selain SCM, penelitian ini juga menggunakan metode *Distribution Resource Planning* (DRP). *Distribution Resource Planning* (DRP) adalah sebagai sebuah metode teknik untuk perencanaan pendistribusian perusahaan manufaktur dan distribusi. Selain itu DRP dapat mengkoordinasikan logistik antar organisasi atau antara pusat – pusat distribusi yang berbeda tempat secara geografis. DRP menggunakan teknik *time phased planning*. *Distribution Resource Planning* (DRP) memberikan kerangka kerja untuk menerapkan *centralized push system* dalam manajemen distribusi inventori. Untuk membahas konsep SCM dan DRP lebih jauh, maka dapat diketahui data penjualan pada periode berjalan. Maka dapat digambarkan KPI Penjualan dalam diagram dibawah ini.



Gambar 1. 5 Data KPI Penjualan Bulan Januari – Juni 2023

Sumber: PT. Fastrata Buana Cab. Pondok Ungu (2023)

Perusahaan gencar memasarkan produknya ke pasaran seperti toko-toko grosir, retailer, dan juga institusi sehingga produk yang ditawarkan oleh PT. Fastrata Buana dikenal luas. Produk yang di distribusikan sendiri cukup beragam, yakni Kopi Kapal Api, Kopi ABC, Good day, Relaxa, Implora dan lain-lain. Produk-produk tersebut mungkin sudah tak asing lagi bagi masyarakat Indonesia karena produk tersebut terbilang produk yang cukup populer untuk dikonsumsi masyarakat. Saat ini, PT. Fastrata Buana mendukung 400 ribu outlet cakupan langsung dengan kemampuan menjangkau seluruh wilayah Indonesia. Untuk cepat meningkatkan layanan dan distribusi ke seluruh wilayah Indonesia, PT. Fastrata Buana secara bertahap memperluas lokasi cabang yang ada dengan membangun cabang baru atau lembaga untuk memenuhi tuntutan konsumen di daerah-daerah dengan potensi pasar masa depan yang potensial. Sebagai salah satu bagian yang paling penting dari sebuah perusahaan distribusi, armada Fastrata Buana mencakup ribuan besar, menengah, dan kendaraan kapasitas kecil untuk memastikan produk yang baik di distribusikan ke semua tingkatan dari grosir, dan lain-lainnya di semua daerah dari Indonesia.

Selain itu, PT. Fastrata Buana sudah mempunyai sistem teknologi yang memadai, sumber manusia yang kompeten, karyawan yang ramah, sopan dalam mempromosikan suatu produk pada konsumen, infrastruktur/logistik yang baik, mempunyai daftar master pelanggan (DMP) yang kuat, dan juga telah menerapkan

sistem manajemen mutu yang baik yaitu, sistem manajemen mutu berbasis ISO 9001:2008 (UKAS) dan 9001:2008 (KAN). Selain itu, produk yang di distribusi sudah bersertifikasi dan labelisasi halal.

Penjualan merupakan syarat mutlak keberlangsungan suatu usaha, karena dengan penjualan maka akan didapatkan keuntungan atau laba yang akan diperoleh perusahaan. Semakin tinggi penjualan maka keuntungan yang akan didapat pun akan semakin maksimal. Untuk mencapai tujuan ini maka sangat diperlukan usaha-usaha agar konsumen mempunyai daya tarik dan sifat loyal dalam berbelanja disuatu unit usaha. Dalam upaya guna meningkatkan penjualan dan untuk meraih pangsa pasar yang luas, maka perusahaan selalu berupaya keras agar setiap barang yang diproduksi bisa sampai ke tangan konsumen dengan baik, dengan tepat waktu dan tanpa mengalami kerusakan. Upaya ini sesuai dengan visi dan misi dari PT. Fastrata Buana yakni, menjadi perusahaan distribusi terbaik, tumbuh cepat dan mendistribusikan produk kepada konsumen yang bermutu di seluruh Indonesia dengan mengutamakan kualitas produk yang di distribusikan dan kepuasan pelanggan. Berdasarkan uraian diatas maka penulis melakukan Penelitian dengan judul **“ANALISIS PROSES PENYALURAN BARANG LOGISTIK PADA PT. FASTRATA BUANA”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan permasalahan pada latar belakang maka dapat diambil identifikasi masalah yaitu sering terjadinya keterlambatan dalam hal mendistribusikan produk PT. Fastrata Buana kepada konsumen.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian singkat pada identifikasi masalah diatas, maka dapat dirumuskan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana mekanisme distribusi produk di perusahaan PT. Fastrata Buana dalam mengoptimasi proses distribusi logistik?

2. Bagaimana penerapan sistem distribusi dengan metode *Distribution Resource Planning* (DRP) untuk mengetahui biaya yang paling ekonomis pada PT. Fastrata Buana?

1.4 Batasan Masalah

Dalam penulisan ini, diambil batasan-batasan masalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini dilakukan di PT. Fastrata Buana Cabang Pondok Ungu.
2. Hanya membahas proses penyaluran produk kepada 5 toko pareto yaitu Tk, Cieputri, Tk. Bintang Abadi, Tk. Pelangi, CV. Kelly Mandiri dan CV. Cahaya Terang Abadi.
3. Hanya fokus pada 5 produk brand kopi Kapal Api, yaitu SP Mix, ABC Susu, SP Merah 6gr, GoodDay Moccacino dan GoodDay Cappucino.
4. Penelitian ini berfokus pada optimasi pengiriman barang logistik dengan memperkirakan jarak dan rute pengiriman.

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari diadakannya penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui mekanisme distribusi di perusahaan PT. Fastrata Buana guna mengoptimasi proses pengiriman distribusi logistik.
2. Untuk mengetahui biaya distribusi setelah menggunakan metode *Distribution Resource Planning* (DRP).

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Bagi Mahasiswa

1. Pada penelitian ini sangat berguna untuk penyusun dalam menambah pemahaman tentang perencanaan proses penerimaan dan penyaluran barang pada PT Fastrata Buana.
2. Sebagai tambahan ilmu untuk menerapkan pengetahuan yang di dapat pada bangku kuliah ke dunia kerja.

1.6.2 Bagi Perusahaan

1. Penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan untuk mengambil

keputusan dalam memecahkan suatu masalah dengan melihat hasil laporan ini.

2. Penelitian ini dapat memberikan solusi untuk sistem penerimaan dan penyaluran barang pada PT Fastrata Buana.

1.7 Tempat dan Waktu Penelitian

Adapun waktu dan tempat penelitian ini sebagai berikut:

Lokasi dari penelitian dilakukan pada PT. Fastrata Buana Cabang Pondok Ungu beralamat di Jl. Raya Bekasi KM 27 No. 119 RT 001/RW 006 Medan Satria, Kota Bekasi.Ungu yang beralamat JL.Raya Bekasi Km. 27 No. 119 Kel. Medan Satria, Kec. Medan Satria, Kota Bekasi – 17132. Waktu penelitian ini dilaksanakan selama 6 (enam) bulan yang dimulai dari bulan Januari – Juni Tahun 2023.

1.8 Sistematika Penulisan

Dalam sistematika penulisan ini dilakukan penyusunan penulisan sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada tahap yang pertama ini, menjelaskan tentang latar belakang yang menjadi permasalahan dan fenomena yang akan diselesaikan pada tahap selanjutnya. Bab ini juga mencakup identifikasi masalah yang ada, rumusan masalah, batasan-batasan permasalahan untuk mencegah meluasnya pembahasan pada bab selanjutnya dan bab ini juga menjelaskan tujuan dari penelitian yang dilakukan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini berupa landasan-landasan teori yang menjadi landasan dalam melakukan penulisan laporan penelitian ini. Bab ini menjelaskan teori-teori yang berkaitan dengan pemecahan permasalahan yang akan dilakukan.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan langkah-langkah yang akan dilakukan dalam menyelesaikan permasalahan yang ada, mulai dari mengumpulkan data- data yang diperlukan,

langkah-langkah untuk mengolah data yang ada, sampai dengan masalah terselesaikan dan memberikan usulan perbaikan yang terangkai dalam kerangka berfikir yang dibuat dalam bab ini.

BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini mengenai pembahasan serta penyelesaian masalah yang ada pada perusahaan, dan bab ini dilakukan langkah-langkah yang telah disusun pada bab sebelumnya untuk menyelesaikan masalah.

BAB V : PENUTUP

Dari hasil pembahasan di bab sebelumnya, maka pada bab ini dilakukan kesimpulan dari permasalahan yang telah terselesaikan. Dan pada bab ini juga diajukan saran bagi permasalahan yang telah terselesaikan untuk meningkatkan proses penerimaan dan penyaluran barang.

