

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Munculnya era globalisasi tidak terlepas dari upaya manusia untuk melakukan pembaharuan dan perbaikan di berbagai bidang kehidupan guna meningkatkan kesejahteraan bersama. Adapun penyebab terjadinya globalisasi di dunia ini yaitu, adanya perkembangan ekonomi pasar, komunikasi internasional, arus transportasi dan arus kas antar negara semakin lancar dan cepat. Banyak perusahaan yang harus memberikan alokasi dana yang besar untuk biaya transportasi. Biasanya perusahaan menyediakan 25% dari penjualan harga produk dialokasikan untuk biaya distribusi (Heizer.,J.,2001:204). Hal yang menjadi salah satu masalah dalam sebuah perusahaan setelah produk jadi yaitu pendistribusian barang. Karena dana yang dialokasikan untuk pendistribusian produk cukup besar, sehingga keuntungan perusahaan semakin minim. Salah satu cara untuk meningkatkan profit perusahaan yaitu dengan melakukan *reduce* biaya, terutama pengurangan biaya pendistribusian. Berikut merupakan data perbandingan alokasi *budget* divisi SCM 3 tahun di PT. Bridgestone Tire Indonesia.

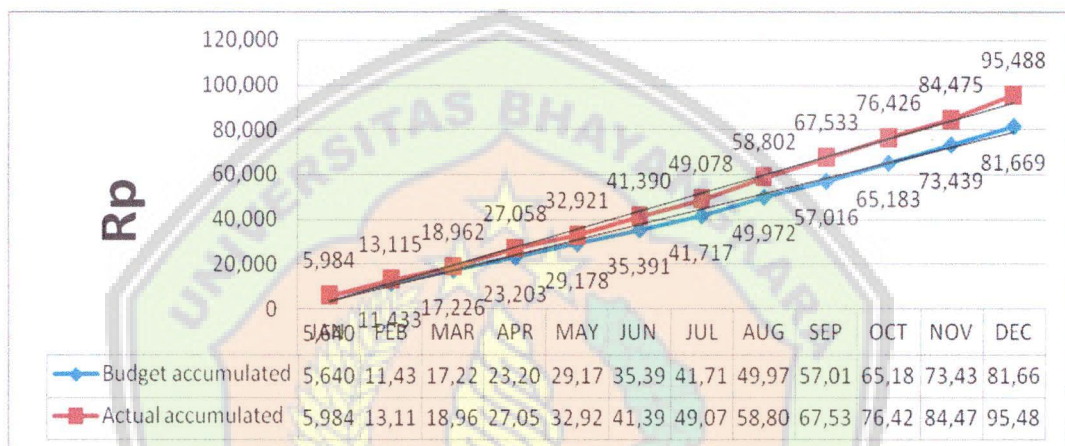


Diagram 1.1 Perbandingan *budget* alokasi SCM selama 3 tahun  
(Sumber : PT. Bridgestone Tire Indonesia)

Dari diagram 1.1 dapat disimpulkan perusahaan PT. Bridgestone Tire Indonesia memberikan alokasi dana untuk transportasi cukup besar berkisar 48% setiap tahun. Hal itu sesuai dengan pernyataan Jay Heizer yang menyatakan banyak perusahaan yang mengalokasikan 25% dari harga produk dialokasikan untuk transportasi.

Dengan adanya biaya “distribusi produk jadi” mengakibatkan ketatnya persaingan antar perusahaan dan dengan semakin luas nya pasar menjadikan semua perusahaan berlomba-lomba untuk memikat konsumennya salah satunya dengan cara mendistribusi produk nya tepat waktu. Umur perusahaan akan ditentukan oleh perusahaan itu sendiri. Biasanya perusahaan-perusahaan yang dapat bertahan di persaingan global adalah perusahaan yang terus menerus melakukan perbaikan. Salah satu penyumbang biaya yang besar adalah pendistribusian produk jadi yang tidak efektif, saat biaya pendistribusian tidak

sesuai dengan budget yang ditetapkan oleh perusahaan, maka akan berimbang kepada profit perusahaan, perbaikan perusahaan dengan menghilangkan salah satu *waste* yang ada di perusahaan pada seksi distribusi yaitu biaya pengiriman produk jadi dari gudang ke agen yang menjalin kerja sama dengan perusahaan tsb. Berikut adalah data diagram *budget* pengiriman produk :



Gambar 1.2 *budget* distribusi 2013  
( Sumber : PT. Bridgestone Tire Indonesia)

Dari diagram tersebut menunjukkan gap (perbedaan) antara *actual* biaya pengiriman produk dan *budget* pengiriman produk di tahun 2013. Hal ini dipengaruhi oleh beberapa variabel diantaranya yaitu *budget* kantor seksi distribusi, penyewaan gudang, biaya bongkar muat pengiriman barang dan biaya transportasi dari komponen variabel tersebut, Variabel yang mendominasi terjadinya *over budget* yaitu biaya transportasi dalam gambar 1.3.





Gambar 1.3 perbandingan *budget* dan *actual* transportasi 2013 di PT. Bridgestone Tire Indonesia

( Sumber : PT. Bridgestone Tire Indonesia)

Dapat disimpulkan dari diagram diatas adalah budget yang dialokasikan selalu lebih kecil dari biaya aktual pengiriman produk, hal itu terlihat dari biaya aktual pengiriman setiap bulannya. Salah satu penyebab adalah besarnya biaya transportasi adalah *add cost*. *Add cost* merupakan biaya tambahan yang dikenakan untuk layanan, produk atau tujuan tertentu ( Kamus Bisnis on-line). *Add cost* dapat terjadi karena adanya keterlambatan seperti; Bongkar muat di hari berikutnya, mobil menunggu di agen, Hari libur, dan tolakan. Hal tersebut menjadi kendala yang tengah dihadapi oleh perusahaan tersebut.

PT. Bridgestone Tire Indonesia ini memiliki agen yang tersebar diseluruh wilayah Indonesia. Wilayah Jakarta merupakan wilayah yang memiliki transaksi paling besar dari wilayah lainnya. Wilayah Jakarta memiliki 7 agen. Data dibawah ini memperlihatkan transaksi yang besar dimiliki oleh Jakarta (lampiran 1).

Dari latar belakang tersebut dapat diidentifikasi pemborosan terjadi saat barang dikirim dari produsen ke tempat tujuan yaitu 7 agen Jakarta, serta adanya

biaya *add cost* sehingga menimbulkan ketidak efisienan biaya dan ke-efektifan waktu. Begitu banyak kerugian yang tidak disadari.

Perusahaan ini merupakan perusahaan *manufacturing* pembuatan roda kendaraan, memiliki seksi distribusi untuk mengatur pendistribusian produk dari produsen, agen hingga ke *end user*. Untuk membuat produk sampai ke *customer*, produk terlebih dahulu dikirim dari produsen ke agen, setiap pengiriman produk terdapat biaya yang harus di bayar, perhitungan setiap pengiriman barang dihitung dalam bentuk biaya satu kali pengangkutan.

PT. Bridgestone Tire Indonesia sebagai produsen yang memiliki gudang di Bekasi dan Karawang, dengan memiliki 7 (agen) tujuan yang berada di wilayah Jakarta (lampiran 2). Tabel bawah ini merupakan data Agen Jakarta.

Tabel 1.1 Daftar agen wilayah Jakarta  
( Sumber: PT. Bridgestone Tire Indonesia )

Gudang	Agen Tujuan	
	Agen	Tujuan
Sumber	Bekasi	Anugrah Ganda Putra
		Gunung Sumber
		Enterpraise General
		Sinar Tiga Saudara
		Bahagia Sinar Gajah Mada
		Baru Masa
		Putri Tiga Sudara
	Karawang	Anugrah Ganda Putra
		Gunung Sumber
		Enterpraise General
		Sinar Tiga Saudara
		Bahagia Sinar Gajah Mada
		Baru Masa
		Putri Tiga Sudara

Oleh sebab itu, perlu diadakannya “analisa efisiensi biaya distribusi menggunakan metode transportasi” untuk mencari solusi pengurangan biaya pengiriman produk ke agen Jakarta. Analisa biaya distribusi ini mencakup biaya transportasi perunit produk dari gudang Bekasi dan Karawang ke 7 agen Jakarta tsb, Banyaknya permintaan 7 agen terhadap gudang Bekasi dan Karawang, Banyaknya penawaran gudang Bekasi dan Karawang terhadap 7 agen tsb pada satu tahun (1 tahun).

### 1.2 Identifikasi Masalah

Dalam penulisan skripsi ini penulis mengidentifikasi masalah pada pengiriman produk dalam pendistribusian :

1. Meminimumkan biaya transportasi produk jadi dari gudang Bekasi dan Karawang ke 7 agen Jakarta. (Maksimumkan kubikasi  $M^3$ )
2. Mengefektifkan pengiriman produk jadi
3. Meminimumkan waktu *delay* dan *add cost* dalam pengiriman produk jadi dari produsen hingga ke agen

### 1.3 Rumusan Masalah

1. Bagaimana agar dapat mengefesiesikan biaya pengiriman produk jadi ke agen Jakarta?
2. Bagaimana agar pengiriman produk jadi menjadi lebih efektif ?
3. Bagaimana menerapkan metode transportasi dalam meminimumkan biaya Pengiriman produk jadi dari Bekasi dan Karawang ke 7 agen Jakarta ?

#### 1.4 Batasan Masalah

Batasan permasalahan dalam penulisan skripsi ini yaitu efisiensi dan efektifitas pendistribusian:

1. Analisa efisiensi biaya pengiriman produk ke 7 agen Jakarta dilakukan di perusahaan PT. Bridgestone Tire Indonesia, seksi distribusi.
2. Analisa efisiensi biaya transportasi ini dapat digunakan untuk mengetahui kapasitas yang optimum untuk setiap pengiriman ke 7 agen yang ada di Jakarta.
3. Analisa efektifitas pendistribusian produk dari produsen ke 7 agen Jakarta.

#### 1.5 Tujuan

1. Mengoptimalkan biaya transportasi untuk mengurangi biaya pendistribusian produk menggunakan metode transportasi
2. Tingkat efisiensi biaya setelah dilakukan pengoptimalan biaya transportasi menggunakan metode transportasi
3. Tata cara pengiriman yang efisien & efektif

#### 1.6 Manfaat Penelitian

##### 1. Bagi Mahasiswa

- a. Sebagai media untuk melakukan riset penelitian, berfikir kritis dan melatih keterampilan sikap, serta pola bertindak dalam masyarakat industri atau sistem integral lainnya.
- b. Kesempatan untuk mengadakan penelitian, sebagai syarat penulisan skripsi untuk menyelesaikan program Srata satu (S1).





c. Dapat memahami atau mengetahui berbagai aspek aspek yang akan diteliti sehingga dapat menambah wawasan mahasiswa.

## 2. Bagi Perguruan Tinggi

d. Dapat menguji sejauh mana kemampuan mahasiswa dalam melaksanakan penelitian.

e. Sebagai bahan evaluasi dalam peningkatan mutu kurikulum di masa depan.

## 3. Bagi Perusahaan

f. Memberdayakan mahasiswa untuk membantu memecahkan masalah-masalah yang dihadapi oleh perusahaan, sesuai dengan penelitian yang akan dilaksanakan.

g. Penelitian mahasiswa dapat dijadikan bahan pertimbangan untuk melakukan keizen di dalam perusahaan.

### 1.7 Metodologi Penelitian

Dalam penulisan skripsi ini penulis menggunakan metode penelitian sebagai berikut:

#### a. Studi Pustaka

Dalam metode ini penulis mengambil data sebagai bahan acuan teori dari buku-buku, jurnal ,e-book, dan literatur- literatur yang berhubungan dengan pembahasan pada skripsi ini.

#### b. Metode Observasi

Penulis melakukan observasi masalah dengan cara melakukan pengamatan langsung terhadap sistem pendistribusian.





### c. Metode Wawancara

Dalam metode ini penulis secara langsung bertatap muka dan melakukan tanya jawab dengan staff distribusi.

## 1.8 Sistematika Penulisan

Dalam penulisan skripsi ini mempunyai sistematika penulisan adalah sebagai berikut :

### **BAB I PENDAHULUAN**

Dalam bab ini akan diuraikan mengenai latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penulisan, metode penelitian yang digunakan dalam pengumpulan data serta sistematika penulisan.

### **BAB II LANDASAN TEORI**

Dalam bab ini penulis menjelaskan tentang landasan-landasan teori yang berkaitan dengan topik pembahasan, diantaranya konsep dasar sistem distribusi, efisiensi biaya, diagram alur pengiriman produk ke agen. Selain itu juga menerangkan deskripsi tentang jalur pengiriman produk ke agen

### **BAB III METODELOGI PENELITIAN**

Memuat tentang tempat penelitian, metode pengumpulan data, analisa data dan kerangka pemecahan masalah.



#### **BAB IV PEMBAHASAN & ANALISA**

Dalam bab ini menjelaskan tentang cara pengumpulan data dan cara-cara pengolahan data serta pelaksanaan pengolahan data. Terdiri dari Proses pengiriman produk ke agen, efisiensi biaya pengiriman produk tire, penggunaan metode transportasi untuk meminimumkan biaya satu kali pengangkutan produk jadi ke agen.

#### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Diakhir bab ini menjelaskan tentang kesimpulan dari penulisan skripsi yang telah dibuat dan penulis memberikan saran-saran yang sekiranya dapat bermanfaat bagi perusahaan.

