

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pada era sekarang ini kemajuan di segala bidang terlihat pesat sekali perkembangannya terutama kemajuan pada bidang teknologi yang mendorong timbul dan berkembangnya industri-industri saat ini. Menurut hasil penelitian dilapangan perusahaan yang bergerak dalam industri tekstil mengalami persaingan yang tajam dengan perusahaan-perusahaan lainnya yang juga bergerak dalam industri yang sama. Hal itu menyebabkan perusahaan mengalami berbagai hambatan dalam memasarkan hasil produksinya. Dalam usaha untuk menyelesaikan masalah itu, maka suatu perusahaan harus lebih menitikberatkan pada bidang pemasaran karena pemasaran merupakan kegiatan kompleks yang sangat mempengaruhi keberhasilan dari suatu perusahaan.

Stanton (1993,96) mengatakan bahwa pemasaran merupakan suatu fungsi yang harus dijalankan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan dari perusahaan terutama untuk memperoleh laba. Pemasaran merupakan sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan konsumen.

PT. Idar Buana adalah sebuah perusahaan yang bergerak di bidang usaha jasa manufaktur tekstil, karena dalam kegiatannya menerima bahan dari perusahaan lain. Perusahaan ini memproduksi dari mulai tahap persiapan, pencelupan (*dyeing*), pencetakan (*printing*), penyempurnaan kain (*finishing*) dan pengepakan (*packing*). Produk-produk yang dihasilkan oleh PT. Idar Buana ini dipasarkan di dalam negeri dengan kualitas yang telah diakui.

PT. Idar Buana harus dapat mendistribusikan produknya ke tempat dan waktu yang tepat, karena apabila kurang tepat maka akan menghambat usaha penyaluran barang atau produk ke tangan konsumen. Dalam hal ini, peranan distribusi fisik yang dilakukan oleh perusahaan sangat penting untuk memudahkan penyaluran produk tersebut. Karena hal tersebut maka distribusi fisik merupakan aspek penting bagi PT. Idar Buana dalam memperlancar efisiensi dan penyaluran produknya. Menurut **Everett (1995,43)**, efisiensi distribusi fisik lebih menitikberatkan pada penghematan perusahaan dalam menggunakan sumber daya yang ada untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Menurut **William J. Stanton (1993,99)** dalam perjalanan sejarah, pimpinan usaha telah memperoleh kemajuan besar dalam upaya mereka menurunkan biaya produksi. Penurunan biaya juga dilaksanakan dalam banyak segi pemasaran. Distribusi fisik merupakan daerah terdepan, terbaru dan mungkin terakhir di mana dapat dilakukan efisiensi biaya. Dana yang dihemat dalam distribusi fisik sangat berpengaruh pada profit perusahaan. Mungkin sumbangan paling penting dari distribusi fisik kepada seluruh usaha pemasaran suatu perusahaan berasal dari

hubungan yang erat dengan pelayanan pelanggan. Kegiatan-kegiatan distribusi fisik merupakan bagian terpenting dalam pelayanan pelanggan. Pelayanan pelanggan yang berhasil-guna tidak mungkin diadakan tanpa distribusi fisik yang efektif dan efisien.

Menyadari betapa pentingnya distribusi fisik sebagai salah satu cara efisiensi yang dapat dilakukan PT. Idar Buana dalam menghadapi situasi persaingan yang semakin meningkat, maka penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “*Analisis Efisiensi Manajemen Distribusi Fisik pada PT. Idar Buana*”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka penullis mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pelaksanaan manajemen distribusi fisik pada PT. Idar Buana saat ini?
2. Bagaimana efisiensi manajemen distribusi fisik dapat dilakukan pada PT. Idar Buana?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Penelitian yang dilakukan penulis adalah untuk mengumpulkan data dan informasi sebagai bahan untuk menganalisis efisiensi saluran distribusi fisik pada PT. Idar Buana. Sedangkan tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis pelaksanaan manajemen distribusi fisik pada PT. Idar Buana.
2. Untuk memberikan saran untuk peningkatan efisiensi dalam manajemen distribusi fisik pada PT. Idar Buana.

1.4 Kegunaan Penelitian

Dengan dilakukannya penelitian ini, diharapkan akan memperoleh data-data dan informasi yang akurat mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kegunaan saluran distribusi. Penulis mengharapkan agar hasil penelitian ini dapat memberikan kegunaan-kegunaan sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan, diharapkan dengan skripsi ini dapat membantu memecahkan permasalahan yang dihadapi oleh perusahaan dalam efisiensi saluran distribusi.
2. Bagi pihak lain, sebagai bahan perbandingan maupun sebagai sumbangan pemikiran dan informasi bagi mereka yang merasa tertarik untuk mengadakan penelitian di bidang yang sama.

1.5 Kerangka Pemikiran

Setiap perusahaan ingin dapat menyalurkan seluruh hasil produknya dengan lancar, efisien dan berusaha untuk mencari daerah pemasaran untuk barang-barang

yang dihasilkannya seluas mungkin. Distribusi mempunyai peran yang cukup menentukan bagi perkembangan perusahaan. Menurut **Philip Kotler (2002,558)** dalam buku **Manajemen Pemasaran, Edisi Milenium 2**, terjemahan **Hendra Teguh et all**, saluran distribusi didefinisikan sebagai berikut:

“Saluran distribusi adalah serangkaian organisasi yang saling tergantung yang terlibat dalam proses untuk menjadikan produk atau jasa siap untuk digunakan atau dikonsumsi “

Distribusi merupakan fungsi pemasaran yang penting, yaitu menyalurkan suatu produk ke pasar sasaran pada tempat dan waktu yang tepat. Jadi jika suatu perusahaan ingin mendistribusikan produk-produknya sampai ke tangan konsumen, maka perusahaan harus berusaha agar produk yang dihasilkan tersebut dapat dijangkau konsumen yang tepat pada tempat dan waktu yang tepat pula.

Setelah saluran-saluran distribusi ditetapkan, perusahaan dapat mulai memperhatikan distribusi fisik produknya lewat saluran ini. Distribusi fisik terdiri dari semua kegiatan yang bertalian dengan pemindahan produk-produk yang tepat, dalam jumlah yang tepat ke tempat yang tepat pada saat yang tepat pula.

Kebijakan distribusi fisik adalah kebijakan yang mendasar dan penting yang harus diputuskan oleh perusahaan dalam merencanakan strategi pemasarannya. Tanpa ditunjang oleh sistem pendistribusian yang baik dan tepat, usaha pemasaran suatu barang dapat mengalami hambatan. **William J. Stanton (1994,99-101)** menyatakan bahwa aktivitas-aktivitas distribusi fisik antara lain adalah:

1. Layanan konsumen (*costumer service*).
2. Pemrosesan pesanan (*order processing*).

3. Pengendalian sediaan (*inventory control*).
4. Penanganan barang (*material handling*).
5. Pergudangan (*warehousing*).
6. Pengangkutan (*delivery of material*).

Menurut **William J. Stanton (1993,98)** dalam buku **Fundamental of Marketing**;

“Distribusi fisik terdiri dari semua kegiatan yang bertalian dengan pemindahan produk-produk yang tepat dalam jumlah yang tepat ke tempat yang tepat pada saat yang tepat pula”

Melalui pengoperasian sistem distribusi fisik yang efisien, perusahaan dapat menawarkan pelayanan yang lebih baik atau harga yang lebih rendah sehingga diharapkan pemenuhan kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi dengan baik. Pengertian efisiensi menurut **Komaruddin (1994,269)**, efisiensi adalah rasio antara hasil yang dipergunakan dengan unsur manajemen yang dipergunakan.

1.6 Metode Penelitian

1.6.1 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif analisis, yaitu suatu penelitian dengan membuat deskripsi (gambaran) secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta sesuai dengan data yang diperoleh, kemudian data tersebut disusun, dianalisis dan disimpulkan.

1.6.2 Teknik Pengumpulan Data

Ada dua metode yang digunakan dalam pengumpulan data antara lain:

1. Studi lapangan (*field research*)

Merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan untuk mendapatkan data primer, yaitu data yang diperoleh dengan cara melakukan peninjauan langsung pada PT. Idar Buana. Penelitian ini dilakukan dengan cara:

a. Wawancara (*interview*)

Mengadakan tanya jawab langsung dengan pimpinan dan karyawan perusahaan yang dapat memberikan keterangan-keterangan mengenai kegiatan usaha PT. Idar Buana.

b. Pengamatan (*observation*)

Mengadakan peninjauan dan pengamatan langsung ke perusahaan yang tujuannya adalah melihat secara langsung kegiatan perusahaan khususnya data-data mengenai volume penjualan, biaya sediaan, biaya transportasi, dan biaya *material handling*.

2. Studi kepustakaan (*library research*)

Merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan untuk mendapatkan data sekunder, yaitu data yang diperoleh dari buku-buku pemasaran, khususnya mengenai saluran distribusi, serta bahan-bahan perkuliahan yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

1.6.3 Teknik Pengolahan Data

Karena data yang diambil meliputi data kuantitatif dan data kualitatif, maka di dalam pengolahannya digunakan metode statistika deskriptif yang mempelajari cara pengumpulan dan penyajian data sehingga mudah dipahami. Didasarkan ruang lingkup bahasannya, statistika deskriptif mencakup hal berikut :

1. Distribusi frekuensi beserta bagian-bagiannya, seperti :
 - ⇒ Grafik distribusi.
 - ⇒ Ukuran gejala pusat.
 - ⇒ Ukuran dispersi.
 - ⇒ Kemencengan dan keruncingan.
2. Angka indeks.
3. *Time series*.
4. Korelasi dan regresi sederhana.

Untuk data kuantitatif, data tersebut dianalisis dalam bentuk angka atau perhitungan, cara penyelesaiannya adalah dengan metode statistika deskriptif, yaitu dengan menghitung selisih kenaikan atau pengurangan biaya-biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan

Sedangkan untuk mengolah data kualitatif dilakukan dengan cara merumuskan dan mendeskripsikan hasil wawancara, hasil observasi, serta melakukan analisis mengenai efisiensi manajemen distribusi fisik pada PT. Idar Buana.

1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penulis melakukan penelitian terhadap PT. Idar Buana yang berlokasi di Jln. Raya Dayeuhkolot no. 44, Bandung dengan waktu penelitian dimulai dari bulan September 2006 hingga Januari 2007.