

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi yang akan kita hadapi ini, Negara Indonesia sedang bersiap menghadapi suatu kondisi dimana akan terjadi perdagangan bebas yang akan dimulai pada tahun 2020 nanti. Era perdagangan bebas ini akan menyebabkan dunia usaha di berbagai bidang mengalami perkembangan yang sangat pesat, dan otomatis ditandai dengan meningkat dan menajamnya persaingan. Perkembangan dunia usaha yang akan terjadi ini merupakan suatu peluang yang harus dimanfaatkan oleh perusahaan percetakan, karena dengan semakin berkembangnya dunia usaha, maka semakin banyak pula perusahaan yang akan membutuhkan jasa percetakan selain untuk melengkapi hasil produksi yang mereka hasilkan, untuk membungkus (*packaging*) dari produk mereka, juga untuk mencari pesanan customer baru (*promotion materials*), mempertahankan hubungan baik dengan pelanggan, dan mengkomunikasikan produk yang telah ada ataupun yang baru. Dengan menajamnya persaingan, maka perusahaan percetakan juga harus memperhatikan kualitas dari produk cetakan yang dihasilkan, selain itu juga harus mampu menaikkan efisiensi dalam proses produksi, agar dapat menekan biaya, sehingga harga yang ditawarkan juga dapat bersaing. Yang pada akhirnya, perusahaan mampu menaikkan *customer satisfaction* dan *customer value*.

Menurut teori *value chain*, perusahaan-perusahaan akan memerlukan adanya *sourcing*, untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan cetakan yang dapat menjadi pelengkap dalam produk mereka, mencari konsumen baru, menjaga hubungan baik, dan

mengkomunikasikan produknya. Karena dengan menajamnya persaingan, maka perusahaan perlu semakin memperhatikan *customernya* agar selalu terpuaskan, sehingga *customer* tetap setia dan melakukan *repeat purchase*.

Untuk dapat bersaing dan memuaskan *customer*, maka perusahaan harus menerapkan suatu sistem distribusi fisik yang baik. Tujuan dari penerapan sistem ini adalah agar *consumer* bisa mendapatkan pesannya dengan jumlah, waktu, dan tempat yang tepat, sehingga perusahaan dapat meningkatkan *customer satisfaction*, *customer value*, dan diharapkan terjadinya *repeat purchase*. Untuk mencapai tujuan tersebut, diperlukan cara penanganan pesanan dari *customer* sampai dengan pengiriman produknya dari pihak produsen ke pelanggan dengan baik. Untuk itu diperlukan aktivitas-aktivitas yang dapat menjamin kelancaran penyampaian barang dan jasa tersebut, agar tercapai tingkat kepuasan. Aktivitas-aktivitas itu dikenal dengan aktivitas distribusi fisik. Distribusi fisik merupakan salah satu aspek penting dari marketing, untuk itu distribusi fisik ini harus direncanakan terlebih dahulu karena dampaknya sulit diubah dan karena distribusi fisik ini juga berpengaruh pada kinerja perusahaan dalam jangka panjang.

Aktivitas ini dimulai dari terjadinya *job order* produk kepada perusahaan, baik mengenai jumlah dan jenis *order*, kapan dan kemana pengiriman harus dilakukan sehingga produk sampai di tangan pelanggan tepat pada waktunya. Bila produk yang berada di perusahaan sudah selesai diproses, maka produk akan dikirimkan kepada pelanggan, diikuti dengan perpindahan produk (*Physical Movement of Goods*) dari produsen ke pelanggan melalui alat transportasi yang digunakan yang dapat menyampaikan produk tersebut, agar sampai pada waktu yang tepat, tempat yang tepat, dan dalam jumlah yang tepat.

Jika pihak perusahaan tidak memiliki perencanaan sistem distribusi fisik yang baik, maka otomatis dapat menghambat kelancaran dari proses penyaluran produk dari pihak produsen kepada pelanggannya, apabila pemilihan sistem distribusi fisik tepat, maka akan berpengaruh positif pada kinerja perusahaan, khususnya dalam masalah kelancaran pengolahan order sampai dengan pengiriman fisik produk ke pelanggan, dan juga mendukung dalam peningkatan kelancaran penjualan produk perusahaan itu sendiri. Agar proses pemenuhan pesanan sampai pengiriman produk ke pihak pelanggan tidak menemui hambatan, maka diperlukan perencanaan distribusi fisik yang baik dan sistematis. Di dalam sistem distribusi fisik ini mencakup berbagai macam aktivitas, yaitu order processing, inventory management, material handling, warehousing, dan transportation.

Pihak perusahaan dapat menangani aktivitas-aktivitas tersebut secara efektif dan efisien, agar dapat menyampaikan produknya yang tepat secara tepat waktu, dengan jumlah yang tepat, dan juga pada waktu yang tepat. Dengan adanya penanganan yang baik, diharapkan pihak perusahaan dapat mengurangi dan menghindari kesalahan-kesalahan yang dapat terjadi, seperti : adanya kesalahan dalam pencatatan pesanan, kekurangan persediaan bahan baku yang disebabkan karena adanya kesalahan dalam menetapkan jumlah persediaan, adanya kesalahan dalam pengiriman barang karena kurang teliti dalam sistem order processing, adanya keterlambatan dalam proses pengiriman karena salah dalam menentukan sarana transportasi, dan lain-lain, yang mengakibatkan menghambat kelancaran penjualan, dan berkurangnya kepuasan dari pelanggan.

Agar perusahaan dapat bertahan di tengah persaingan yang ketat, perusahaan itu sendiri tentunya harus dapat memberikan kepuasan kepada pelanggannya secara maksimal. Cara yang dapat dilakukan perusahaan yaitu dengan menghasilkan produk yang berkualitas dengan harga yang bersaing, dan juga disertai dengan ketelitian dan ketepatan waktu pengiriman, agar sesuai dengan yang diminta oleh pelanggan.

Di dalam kesempatan ini, penulis akan meneliti bagaimana sistem distribusi fisik yang dilakukan oleh perusahaan, yang merupakan perusahaan percetakan di daerah Jakarta Barat, dan juga bagaimana perusahaan melakukan koordinasi terhadap aktivitas distribusi fisiknya untuk menyalurkan produknya pada pelanggan, sehingga dapat menunjang penjualannya.

Namun pada pelaksanaannya, strategi distribusi fisik yang dijalankan PT. MULIA SEJAHTERA ini memiliki hambatan yang berdampak negatif pada pihak perusahaan, yang berpengaruh pula pada penurunan jumlah pelanggan. Untuk mengantisipasi hambatan tersebut, strategi distribusi fisik perusahaan harus diperbaiki, karena strategi distribusi fisik suatu perusahaan merupakan suatu alat untuk menunjang kelancaran perusahaan. Berdasarkan uraian di atas, maka penulis melakukan penelitian mengenai : “DISTRIBUSI FISIK HANG TAG SERTA PERANANNYA DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PRODUK PERCETAKAN PADA PT. MULIA SEJAHTERA DI JAKARTA “

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan hasil pengamatan dan penelitian terhadap perusahaan, penulis menemukan beberapa masalah distribusi fisik perusahaan yang harus ditangani secara tepat agar

produk perusahaan dapat sampai ke tangan pelanggan secara memuaskan, sehingga dapat menunjang kelancaran distribusi fisik yang dilaksanakan oleh PT. MULIA SEJAHTERA.

Adapun masalah yang diteliti oleh penulis adalah :

1. Pelaksanaan distribusi fisik apa sajakah yang telah dilakukan oleh PT. MULIA SEJAHTERA
2. Apakah peranan distribusi fisik yang dilaksanakan PT. MULIA SEJAHTERA menyebabkan volume penjualan perusahaan ini menjadi meningkat ?

1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud penelitian ini adalah untuk mendapatkan data dan informasi mengenai kegiatan usaha PT. MULIA SEJAHTERA sebagai bahan yang diperlukan dalam penulisan skripsi ini.

Sedangkan tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pelaksanaan distribusi fisik yang telah dilakukan oleh PT. MULIA SEJAHTERA.
2. Untuk mengetahui peranan distribusi fisik terhadap volume penjualan pada PT. MULIA SEJAHTERA.

1.4. Kegunaan Penelitian

Hasil dari penelitian ini, maka diharapkan dapat memperoleh data dan informasi mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi perusahaan dalam menentukan kebijakan distribusi.

Kegunaan yang diharapkan dari hasil penelitian ini adalah :

1. Penulis sendiri, agar dapat diperoleh kejelasan antara teori dengan kenyataan yang ada di dalam perusahaan.
2. Perusahaan, sebagai bahan masukan untuk membantu pemecahan-pemecahan masalah yang dihadapi perusahaan sehubungan dengan sistem saluran distribusi.
3. Pihak-pihak lain yang membutuhkan serta berkepentingan terhadap penelitian ini.

1.5. Kerangka Pemikiran

Melihat situasi perekonomian di negara kita sekarang ini, dimana begitu ketatnya persaingan bisnis yang terjadi, mengharuskan para pelaku bisnis untuk memikirkan cara yang paling efektif dan efisien dalam mempertahankan kelangsungan hidupnya.

Menciptakan value added di mata pelanggan adalah salah satu cara untuk meningkatkan kapabilitas perusahaan sebagai penyedia jasa cetakan dan juga dalam era globalisasi ini, pihak perusahaan dapat dijadikan sebagai sourcing yang baik, dimana pelanggan dapat melihat value yang ia dapatkan dari produk yang ditawarkan oleh perusahaan dan membandingkannya dengan utility atau benefit yang ia peroleh dengan jumlah harga yang harus ia keluarkan untuk mendapat utility atau benefit tersebut.

Menghadapi kondisi seperti ini, maka akan memacu pihak perusahaan untuk berpikir bagaimana cara yang terbaik untuk mempertahankan dan mengembangkan pasarnya. Salah satu cara yang dapat diambil pihak perusahaan untuk menunjang dan memberikan nilai lebih di mata pelanggannya adalah dengan membuat produk disertai dengan kualitas yang baik sesuai dengan pesanan tanpa melupakan customer satisfaction-nya.

Adalah dengan memenuhi kriteria produk sesuai dengan keinginan pelanggan, yang pada akhirnya memberikan kemudahan bagi pelanggan untuk mendapatkan produknya dengan jumlah, waktu, dan tempat yang tepat, mengingat barang-barang yang dihasilkan merupakan pelengkap dari produk masing-masing industri yang berbeda, maka ketepatan kiriman barang itu sangatlah penting bagi pihak pelanggan.

Maka dari itu, diperlukan adanya kegiatan distribusi fisik yang baik dimulai dari penanganan order dari pihak buyer, sampai dengan pengiriman produk tersebut ke pihak buyer dengan jumlah, waktu, dan tempat yang tepat. Kegiatan distribusi fisik tersebut meliputi aktivitas : tentang bagaimana pesanan dari pihak buyer harus ditangani (Order Processing), berapa besar persediaan bahan baku utama dan bahan pembantu yang harus disediakan di gudang (Inventory Control), bagaimana penanganan bahan baku utama dan bahan pembantu di gudang dan juga barang jadi yang siap untuk dikirimkan (Warehousing), dan dengan cara apa barang jadi tersebut akan dikirimkan (Transportation). Diharapkan kelima aktivitas tersebut dapat memberikan kontribusi kepada perusahaan dengan terciptanya suatu sinergi, sehingga akan meningkatkan efektifitas dan efisiensi dalam proses produksi dan meningkatkan kepuasan pelanggan dimana faktor-faktor yang lain dianggap tetap (*ceteris paribus*), sehingga tujuan perusahaan dapat tercapai.