

ANALISIS RENCANA PENDISTRIBUSIAN ROKOK GUNA MEMINIMALKAN BIAYA TRANSPORTASI PADA PT. SURYA MADISTRINDO CABANG KISARAN

M. IDRIS

Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Dharmawangsa Medan

ABSTRACT

Distribution is closely related to transportation where without transportation the distribution can not run smoothly as expected. Every company has various obstacles in distributing goods, one of the obstacles is the amount of costs that must be spent for the distribution of goods. The purpose of this research is to find out the activities of cigarette distribution applied by the company and help the company in minimizing transportation costs in the process of distributing cigarettes from one place to another as well as analyzing the plans that will be done company for distribution runs as expected. The technique of data analysis is descriptive and comparative analysis. Based on hypotesis used by writer in this case, hence in analysis chapter show that hypothesis accepted because at distribution process can minimize transportation cost from Rp. 168,000,000 to Rp. 84.000.000 there is a decrease in cost of Rp. 84.000.000 which is very profitable for the company without reducing the large capacity of goods distributed. The results obtained and at the same time become the conclusion that the influence of distribution to the cost is very significant because if the distribution is done without the plan will increase the cost, so before doing the distribution it is better to create a strategic plan to avoid cost increment.

Keywords : Distribution, transportation

PENDAHULUAN

1. Latar Belakang Masalah

Setiap perusahaan baik perusahaan kecil maupun perusahaan besar pasti memiliki kendala baik dalam proses produksi maupun proses pendistribusiannya. Dalam hal ini diperlukan suatu rencana yang strategis untuk mencapai tujuan perusahaan. Salah satu dari kendala tersebut bagaimana perusahaan meminimalkan risiko yang akan terjadi. Salah satu kegiatan dalam transportasi adalah pendistribusian suatu produk dari suatu tempat ke tempat lain. Dalam mendistribusikan suatu produk, faktor jarak tempuh dan waktu tempuh menjadi hal yang cukup penting untuk diperhatikan karena melibatkan banyak hal dalam pengoperasiannya. Misalnya jumlah armada yang dibutuhkan, biaya bahan bakar, dan lain lain, sehingga dibutuhkan suatu perhitungan yang matang agar proses distribusi yang ada

lebih optimal, baik segi jalur yang dilalui serta biaya yang dikenakan.

Untuk menekan angka pengeluaran yang terlalu besar maka perusahaan harus mampu meminimalkan pengeluarannya. Salah satu cara yang dilakukan untuk meminimalkan biaya transportasi adalah dengan menentukan arah atau rute perjalanan yang harus ditempuh serta menyusun jadwal keberangkatan dari pengangkutan. Dalam melakukan distribusi barang, sarana transportasi adalah hal yang harus diperhatikan oleh perusahaan karena mempunyai peranan yang sangat penting bagi kemajuan dari suatu perusahaan. Oleh karena itu sistem pengangkutan atau transportasi harus diperhatikan dan secara terus menerus ditata untuk menjamin kelancaran mobilitas arus barang.

Perusahaan yang bergerak di bidang industri rokok di Indonesia ini sudah sangat berkembang, hal ini ditunjukkan dengan semakin banyaknya perusahaan rokok yang

berlomba-lomba membuat produk rokok dengan berbagai macam jenisnya, dengan tujuan memenangkan persaingan di industri rokok dan memenuhi apa yang menjadi keinginan serta kepuasan konsumen. Akan tetapi perkembangan itu tidak sebanding dengan berkembangnya masalah distribusi rokok itu sendiri. Seringnya terjadi keterlambatan pengiriman dari distributor ke toko/agen tidak sesuai dengan apa yang dikehendaki konsumen.

Secara umum transportasi dapat didefinisikan sebagai suatu kegiatan untuk mengangkut dan memindahkan suatu barang atau penumpang dari satu tempat ke tempat lain. Transportasi adalah hal yang terpenting bagi suatu perusahaan, dengan adanya transportasi maka hasil produksi dapat sampai ketangan distributor dan konsumen tergantung pada pihak perusahaan bagaimana mengatur rutennya apakah harus membuat skedul perjalanan atau tidak. Penyusunan skedul keberangkatan sangat baik dilakukan guna meninjau berapa besar biaya yang harus dikeluarkan oleh perusahaan. Besar kecilnya biaya transportasi sangat mempengaruhi harga jual suatu produk. Semakin rendah biaya transportasi maka akan memperkecil harga jual produk tersebut. Jadi, untuk menekan biaya transportasi dapat dilakukan dengan menyusun rencana distribusi yang tepat.

Biaya transportasi meliputi biaya pengiriman produk dari sejumlah sumber terhadap berbagai tujuan, selain itu biaya untuk karyawan juga harus diperhitungkan dimana semakin jauh rute yang ditempuh untuk melakukan distribusi maka semakin besar pula biaya yang diperlukan untuk karyawan tersebut. Adakalanya perusahaan kurang memperhatikan transportasi dan biaya pendistribusiannya karena mereka hanya mementingkan bahwa produk harus sampai ke tujuan. Jadi dikatakan bahwa pendistribusian yang dilakukan tidak efisien dan dapat merugikan perusahaan. Untuk mengantisipasi hal ini terjadi perusahaan perlu membuat suatu rencana agar pendistribusian barang dapat seminimal mungkin menekan biaya transportasi.

Perusahaan Surya Madistrindo adalah sebuah perusahaan distributor rokok terbesar di kota Medan dan telah membuka cabang di berbagai kota seperti cabang Kisaran, Kabanjahe, Padang Sidempuan, Lhoksemawe dan Banda Aceh dimana tembakau yang sudah diolah menjadi rokok diangkut dari pabrik sampai ketempat tujuan misalnya tempat pendistribusian rokok tersebut sebelum sampai ke konsumen. Perusahaan distributor ini memfokuskan kegiatannya untuk pelayanan terhadap pelanggan dan berusaha menyalurkan rokok tersebut ke berbagai pihak. Perusahaan ini juga menitikberatkan kegiatannya untuk mencermati daya minat dari konsumen.

2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan diatas, maka permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini dapat diidentifikasi bahwa terdapat ketidakefisienan waktu dalam proses penyaluran rokok ke pihak lain yang dapat menyebabkan pertambahan biaya transportasi maupun upah karyawan sehingga memperbesar pengeluaran perusahaan dan pencapaian laba semakin rendah.

3. Batasan Masalah

Agar penelitian ini dapat terfokus pada permasalahan yang sedang dihadapi, dan karena keterbatasan waktu dan kemampuan penulis, maka penelitian ini dibatasi pada :

1. Penelitian dilakukan khusus untuk distribusi dan biaya transportasi produk rokok saja.
2. Penelitian dilakukan pada bagian distribusi cabang Kisaran.
3. Penelitian khusus untuk produk Gudang Garam.

4. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana proses pendistribusian dilakukan supaya dapat meminimalkan biaya transportasi ?
2. Bagaimana pengaruh distribusi terhadap biaya transportasi ?

5. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui kegiatan penyaluran rokok yang diterapkan oleh perusahaan.
2. Untuk membantu perusahaan dalam meminimalkan biaya transportasi dalam proses pendistribusian rokok dari suatu tempat ke tempat lain.
3. Menganalisis rencana yang akan dilakukan perusahaan agar pendistribusian berjalan sesuai dengan yang diharapkan.

6. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah :

1. Diharapkan dapat memberikan masukan-masukan yang baik untuk menunjang kelancaran pendistribusian rokok sehingga meminimalkan pengeluaran biaya baik untuk transportasi maupun untuk karyawan.
2. Diharapkan dapat bermanfaat sebagai masukan kedepannya agar lebih baik serta untuk penelitian lebih lanjut dimasa yang akan datang, selain itu sebagai bahan referensi bacaan perpustakaan.

LANDASAN TEORI

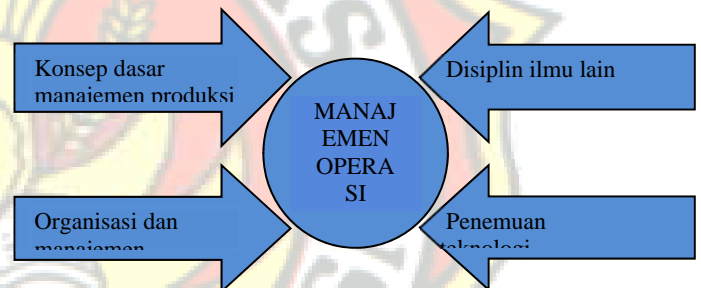
1. Manajemen Operasi

Sebelum membahas lebih jauh mengenai pendistribusian dan biaya transportasi, perlu diuraikan terlebih dahulu mengenai pengertian dari manajemen, manajemen operasi dan manajemen produksi. Menurut Mary Parker Follet (Juhaya Pradja, 2013:17) menyatakan bahwa manajemen adalah suatu seni untuk melaksanakan suatu pekerjaan melalui orang lain. James A.F. Stonner (Juhaya Pradja, 2013:18) juga menyatakan pendapatnya bahwa manajemen adalah suatu proses perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan, dan pengendalian upaya anggota organisasi dan menggunakan semua sumber daya organisasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Menurut Suyadi Prawirosentono (2007:1), manajemen operasi adalah suatu disiplin ilmu atau profesi yang mempelajari secara praktis tentang perencanaan (*proses of planning*), mendesain

produk (*produk designing*), sistem produksi (*production system*) untuk mencapai tujuan organisasi.

Jadi, secara umum manajemen operasi adalah area bisnis yang berfokus pada proses produksi serta memastikan pemeliharaan dan perkembangan berlangsungnya secara efektif dan efisien. Jadi, dapat dikatakan bahwa kegiatan produksi merupakan bagian dari manajemen operasional. Proses perencanaan dalam kegiatan operasi meliputi penggunaan teknik perencanaan secara strategis agar pelaksanaan operasinya dapat berjalan secara optimum.

Inti dari manajemen operasi adalah menunjang perusahaan memperoleh keuntungan yang langgeng dalam jangka panjang. Peranan manajemen operasi bagi publik (pemerintah) adalah upaya menciptakan pelayanan publik secara memuaskan dengan basis optimasi.



Gambar 2-1: Elemen Dasar Manajemen Operasi

1. Konsep dasar manajemen produksi, yang membedakannya dari disiplin ilmu yang lain misalnya konsep perencanaan tata letak, perencanaan kapasitas, perencanaan kebutuhan material, persediaan, penjadwalan dan pengendalian mutu.
2. Teknik dan konsep yang dikembangkan melalui teori organisasi dan manajemen dimana hal ini banyak digunakan terutama dalam perencanaan kerja, pengorganisasian sumber daya dan pengendalian proses.
3. Penerapan pengetahuan atau praktek yang dikembangkan melalui disiplin ilmu lain, seperti ekonomi, keuangan, dan matematika. Contohnya

penggunaan metode kuantitatif atau matematika dalam pengambilan keputusan.

4. Penemuan-penemuan teknologi seperti komputer sangat berpengaruh untuk pengembangan perusahaan baik dalam produksi maupun distribusi.

2. Pentingnya Perencanaan

Untuk memaksimalkan efektivitas seluruhnya organisasi sebagai, maka seluruh aktivitas dimaksud harus dibuat perencananya. Sebab, perencanaan memiliki tiga karakteristik yaitu:

1. Perencanaan tersebut harus menyangkut masa yang akan datang.
2. Terdapat suatu elemen identifikasi pribadi atau organisasi, yaitu serangkaian tindakan dimasa yang akan datang dan akan diambil oleh perencana.
3. Masa yang akan datang, tindakan dan identifikasi pribadi, serta organisasi merupakan unsur yang amat penting dalam setiap perencanaan.

Dibandingkan dengan fungsi-fungsi yang lain, perencanaan sangat penting sebab merupakan fungsi dasar bagi fungsi-fungsi tersebut. Adapun fungsi perencanaan adalah mengurangi ketidakpastian serta perubahan pada waktu mendatang, mengarahkan perhatian pada tujuan, meringankan biaya, merupakan sarana untuk mengadakan pengawasan, Hasil kerja yang telah dicapai oleh seseorang sulit untuk diukur keefektifannya tanpa adanya perencanaan. Seperti telah di uraikan di atas, bahwa pengawasan dilakukan dengan membandingkan apa yang telah dilakukan dengan apa yang telah direncanakan

Tujuan dari perencanaan adalah:

- a. Standar pengawasan, yaitu mencocokkan pelaksanaan dengan perencanaannya,
- b. Mengetahui kapan pelaksanaan dan selesainya suatu kegiatan,
- c. Mengetahui siapa saja yang terlibat (struktur organisasinya), baik kualifikasinya maupun kuantitasnya,
- d. Mendapatkan kegiatan yang sistematis termasuk biaya dan kualitas pekerjaan,

e. Meminimalkan kegiatan-kegiatan yang tidak produktif dan menghemat biaya, tenaga dan waktu,

- f. Memberikan gambaran yang menyeluruh mengenai kegiatan pekerjaan,
- g. Menyeraskan dan memadukan beberapa sub kegiatan,
- h. Mendeteksi hambatan kesulitan yang bakal ditemui, dan

i. Mengarahkan pada pencapaian tujuan
Perencanaan mempunyai banyak manfaat, diantaranya adalah sebagai berikut:

- a. Membantu manajemen untuk menyesuaikan diri dengan perubahan-perubahan lingkungan,
- b. Membantu dalam kristalisasi persesuaian dalam masalah-masalah utama,
- c. Memungkinkan manajer memahami keseluruhan gambaran operasi lebih jelas,
- d. Pemilihan berbagai alternatif terbaik,
- e. Standar pelaksanaan dan pengawasan,
- f. Penyusunan skala prioritas, baik sasaran maupun kegiatan,
- g. Menghemat pemanfaatan sumber daya organisasi,
- h. Alat memudahkan dalam berkoordinasi dengan pihak terkait,
- i. Membuat tujuan lebih khusus, terperinci dan lebih mudah dipahami,
- j. Meminimumkan pekerjaan yang tidak pasti, dan
- k. Menghemat waktu, usaha dan dana.

3. Manajemen Distribusi

Distribusi memegang peranan yang sangat penting dalam memenuhi keseimbangan pemenuhan kebutuhan konsumen dan memastikan apakah hasil dari produksi sampai ketangan konsumen atau tidak. Menurut Pandji An (1999:221) menyatakan bahwa distribusi merupakan masalah lain yang akan dihadapi perusahaan saat produk selesai diproses dan menyangkut cara penyampaian produk ke tangan konsumen. Pendapat lain juga dikemukakan oleh Kodrat (Merly, 2014:14) dia menyatakan bahwa secara umum produsen ingin mendekatkan produknya ke konsumen sehingga konsumen mendapatkan produk yang diperlukannya dengan mudah. Proses mendekatkan produk ke konsumen inilah

yang menjadi tugas utama distribusi, dimana rumusan distribusi adalah sebagai berikut:

1. Membagi diantara beberapa, penyaluran produk dilakukan dengan cara mengelompokkan produk-produk yang akan disalurkan dengan maksud untuk mempermudah proses pendistribusiannya.
2. Membagi-bagikan, melakukan distribusi produk ke daerah-daerah tujuan distribusi. Sehingga produk yang dihasilkan dapat dipasarkan dengan mudah.
3. Mengedarkan di suatu tempat, mendistribusikan produk ke tujuan distribusi.
4. Menyebarkan, menyalurkan produk dan memperluas pemasaran.

Adapun fungsi saluran distribusi adalah sebagai berikut:

1. Mengumpulkan informasi yang diperlukan untuk merencanakan dan memudahkan pertukaran.
2. Mengembangkan dan menyebarkan komunikasi mengenai tawaran.
3. Melakukan pencarian dan berkomunikasi dengan calon pembeli.
4. Membentuk dan menyesuaikan tawaran dan kebutuhan pembeli.
5. Mengusahakan perundingan untuk mencapai persetujuan akhir atas harga dan ketentuan lainnya mengenai tawaran agar perpindahan pemilikan dapat terjadi.
6. Melaksanakan pengangkutan dan penyimpanan produk.
7. Mengatur distribusi dana untuk menutupi biaya saluran distribusi.
8. Menerima risiko dalam hubungan dengan pelaksanaan pekerjaan saluran pemasaran.

Distribusi bertujuan agar benda-benda hasil produksi sampai ketangan konsumen dengan lancar dan menghasilkan laba sesuai dengan apa yang diharapkan oleh perusahaan, tetapi harus memperhatikan kondisi produsen dan sarana yang tersedia dalam masyarakat, dimana sistem distribusi yang baik akan sangat mendukung kegiatan produksi dan konsumsi. Selain itu tujuan dilakukannya

distribusi untuk meningkatkan penjualan produk dan mencapai laba/keuntungan yang telah ditentukan oleh perusahaan.

Produsen dan pelanggan akhir adalah bagian dari setiap saluran. Jumlah dan tingkat perantara diperlukan untuk menentukan panjangnya suatu saluran. Adapun tingkatan saluran adalah :

1. Saluran nol-tingkat atau saluran pemasaran langsung (*direct marketing channel*) dimana produsen langsung menjual produknya langsung kepada konsumen akhir.
2. Saluran satu-tingkat berisi satu perantara penjual seperti pengecer.
3. Saluran dua-tingkat berisi dua perantara.

Saluran pemasaran biasanya menggambarkan gerakan maju produk dari sumber ke pengguna, atau sering disebut sebagai *saluran aliran terbalik (reverse-flow channel)*. Saluran-saluran tersebut berperan penting dalam kasus-kasus berikut :

- a. Untuk menggunakan kembali produk atau wadah
- b. Untuk memperbaiki produk
- c. Untuk mendaur ulang produk
- d. Untuk membuang produk dan kemasan

Perusahaan-perusahaan dapat memilih dari berbagai jenis saluran untuk menjangkau pelanggan mulai dari tenaga penjualan, agen, distributor, penyalur, surat langsung hingga internet.

1. Jenis Perantara

Suatu perusahaan perlu mengidentifikasi jenis-jenis perantara yang tersedia untuk melaksanakan tugas salurannya. Berikut adalah alternatif cara menjangkau berbagai industri yang beragam:

- 1) Tingkatkan jumlah tenaga penjualan langsung perusahaan tersebut. Tugaskan wakil-wakil penjualan untuk menghubungi semua calon pelanggan di suatu daerah atau bentuklah tenaga penjualan tersendiri untuk industri yang berbeda.
- 2) Sewalah agen-agen produsen di berbagai daerah atau industri pengguna akhir yang berbeda untuk menjual peralatan baru tersebut.

- 3) Carilah distributor di berbagai daerah atau industri pengguna akhir yang berbeda, yang akan membeli dan menawarkan kembali peralatan tersebut. Berilah mereka hak distribusi eksklusif, marjin yang memadai, pelatihan produk dan dukungan promosi.

2. Jumlah Perantara

Perusahaan harus memutuskan jumlah perantara yang digunakan pada masing-masing tingkat saluran. Tersedia 3 strategi yaitu distribusi eksklusif, distribusi selektif dan distribusi intensif.

Menurut Murti Sumarni dan Jhon Soeprihanto (2010:290) ada 2 tipe saluran distribusi yaitu :

1. Saluran distribusi untuk barang konsumsi

Secara luas terdapat lima macam saluran dalam pemasaran barang-barang konsumsi, diantaranya adalah :

- a. **Produsen** → **Konsumen Akhir**

Bentuk saluran distribusi paling pendek dan paling sederhana adalah saluran distribusi dari produsen ke konsumen akhir, atau sering juga disebut saluran distribusi langsung.

- b. **Produsen** → **Pengecer** → **Konsumen Akhir**

Pengecer besar membeli secara langsung dari produsen, dan langsung menyalurkannya ke konsumen akhir.

- c. **Produsen** → **Pedagang Besar** → **Konsumen Akhir** ← **Pengecer**

Saluran semacam ini biasa disebut saluran distribusi tradisional, sebab produsen banyak menggunakannya. Dalam hal ini produsen hanya melayani penjual dalam jumlah besar kepada pedagang besar saja, dan tidak menjual kepada pengecer.

- d. **Produsen** → **Agen** → **Pengecer** → **Konsumen Akhir**

Dalam penyaluran produknya produsen juga sering menggunakan jasa seorang agen, baik agen pabrik maupun agen lainnya untuk mendapat pengecer terutama pengecer besar.

- e. **Produsen** → **Agen** → **Distributor Industri** → **Pemakai Industri**

2. Saluran distribusi untuk barang industri

Ada empat macam saluran yang bias dipakai untuk mencapai pemakai-pemakai industri yaitu :

- a. **Produsen** → **Pemakai Industri**

Saluran distribusi ini merupakan saluran yang paling pendek dan disebut juga saluran langsung, dimana produsen langsung menjual secara langsung kepada pemakainya. Contohnya : mesin pembangkit tenaga listrik

- b. **Produsen** → **Distributor Industri** → **Pemakai Industri**

Produsen dapat menggunakan distributor industri sebagai penyalur untuk mencapai pasarnya. Contohnya : produsen bahan bangunan dan produsen alat-alat untuk konstruksi bangunan.

- c. **Produsen** → **Agen** → **Pemakai Industri**

Biasanya saluran distribusi semacam ini dipakai oleh perusahaan yang tidak memiliki departemen pemasaran, dimana perusahaan ingin memperkenalkan produk baru dan memasuki daerah pemasaran yang baru.

- d. **Produsen** → **Agen** → **Distributor Industri** → **Pemakai Industri**

Saluran industri ini dapat digunakan oleh perusahaan dengan pertimbangan bahwa penjualannya terlalu kecil untuk dijual secara langsung, selain itu factor penyimpanan pada saluran perlu dipertimbangkan pula.

4. Biaya Transportasi



Persoalan transportasi berarti membahas masalah pendistribusian suatu komoditas atau produk dari sejumlah sumber (*supply*) kepada sejumlah tujuan (*destination, demand*) dengan tujuan meminimumkan ongkos pengangkutan yang terjadi. Sesuai dengan namanya persoalan transportasi pertama kali diformulasikan sebagai suatu prosedur khusus untuk mendapatkan program biaya minimum dalam mendistribusikan unit yang homogen ke berbagai sumber tujuan. Dalam transportasi terlihat ada dua unsur terpenting yaitu :

- a. Pemindahan / pergerakan (*movement*)
- b. Secara fisik mengubah tempat dari barang (komoditi) dan penumpang ke tempat lain.

Ada beberapa karakteristik persoalan transportasi menurut Rendy Faqot (Merly, 2014:12), yaitu :

- 1) Terdapat sejumlah sumber dan sejumlah tujuan tertentu
- 2) Kuantitas komoditas atau barang yang didistribusikan dari setiap sumber dan yang diminta oleh setiap tujuan besarnya tertentu
- 3) Komoditas yang dikirim atau diangkut dari suatu sumber ke suatu tujuan besarnya sesuai dengan permintaan atau kapasitas sumber.
- 4) Ongkos pengangkutan komoditas dari suatu sumber ke suatu tujuan besarnya tertentu.

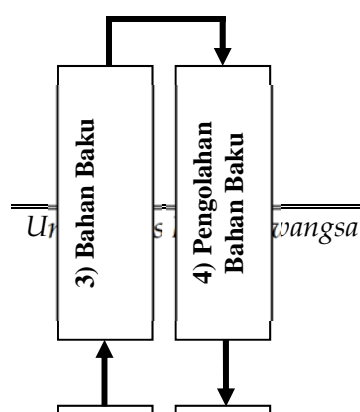
Transportasi memegang peranan penting dalam usaha transportasi dan kehidupan masyarakat. Secara skematis dapat digambarkan peranan transportasi dalam kehidupan masyarakat.

Gambar 2-2 : Peranan Transportasi (Sumber: Manajemen Transportasi; Abbas Salim, 2006:12)

Keterangan :

- 1) Sumber bahan baku tersebar diberbagai tempat/daerah
- 2) Pemasaran bahan baku kepada pemakai (perusahaan industri atau dijual ke pasar. Untuk pemasaran bahan baku, dibutuhkan transportasi yang mengangkutnya dari sumber bahan baku.
- 3) Arus dan titik 3, dan 5 merupakan pengolahan bahan baku industri yang menghasilkan barang-barang jadi (*finished goods*).
- 4) Titik 6,7, dan 8 merupakan pemasaran yang dilakukan baik kepada perusahaan penyalur maupun langsung kepada konsumen.

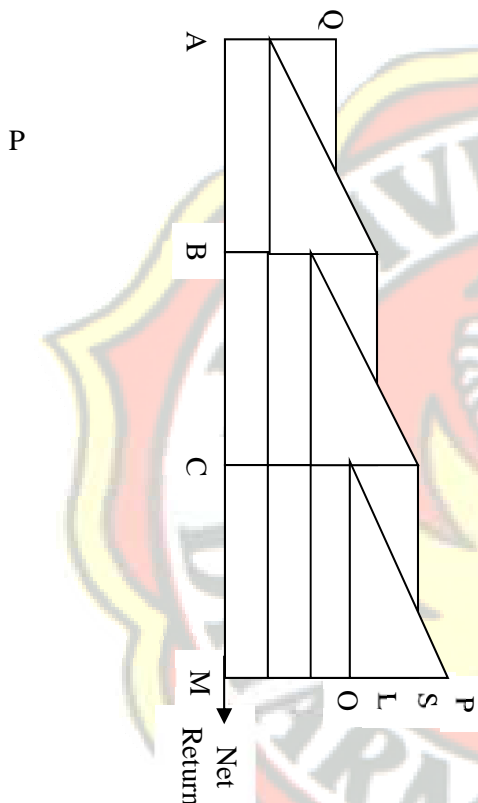
Sehubungan dengan pengaruh biaya transportasi untuk pemilihan lokasi maka Von



Theunen (Abbas Salim, 2006:35) mengemukakan pendapatnya sebagai berikut dengan asumsi :

- 1) Bahan baku terdapat dimana-mana (banyak)
- 2) Pasar untuk pemasaran hasil barang terbatas, hanya ada satu pasar
- 3) Biaya transportasi per kilometer yaitu jumlah total biaya angkutan dibagi dengan jarak yang ditempuh

Dari gambar berikut dapat dijelaskan.



Gambar 2-3 : Pengaruh biaya transportasi dengan pemilihan lokasi (Sumber: Manajemen Transportasi: Abbas Salim, 2006:36)

$$\text{Transportation Cost/km} = \frac{\text{Transport OP}}{\text{Jarak OQ}}$$

OP : Biaya Transportasi
 MP : Market Leader (harga pasar)
 Pendapatan pada titik A tergantung pada biaya transportasi yaitu AM=OP
 Net Return A = MP – OP = OM

Pada titik B, Net Return B = LM > OM
 sedangkan titik C Net Return SM > LM > OM

Jadi semakin dekat industri ke pasar maka semakin tinggi *Net Return / Net Back* yang diperoleh. Jadi, Net Return sama dengan fungsi jarak.

Metode transportasi adalah suatu teknik riset operasi (*operation research*) yang sangat membantu dalam pembuatan keputusan-keputusan lokasi pabrik atau gudang. Masalah-masalah metode transportasi sering hanya mempertimbangkan biaya transportasi atau pengangkutan relatif, tetapi bila pabrik-pabrik yang berbeda menghasilkan biaya-biaya yang berbeda pula, maka dua biaya (biaya pabrik dan biaya transportasi) dapat dijumlahkan untuk mendapatkan biaya pengiriman relatif yang digunakan dalam analisis.

Bentuk umum masalah transportasi dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$\sum_{i=1}^m \sum_{j=1}^n C_{ij} X_{ij}$$

atau

$$\sum_{i=1}^m a_i = \sum_{j=1}^n b_j$$

dimana C_{ij} = biaya transportasi per unit dari tempat asal ke i ke tempat tujuan ke j

a_i = jumlah unit yang tersedia pada tempat asal ke i (sumber)

b_j = jumlah unit yang diminta oleh tempat tujuan j

Optimalisasi berarti memaksimumkan atau meminimumkan fungsi Z, tergantung apakah C_{ij} laba per unit atau biaya per unit. Optimalisasi dapat diperoleh dengan menentukan berapa unit di “angkut” dari setiap tempat asal ke setiap tempat (tujuan yaitu nilai X_{ij} untuk semua i dan j).

Ada tiga macam metode untuk memecahkan masalah transportasi yaitu:

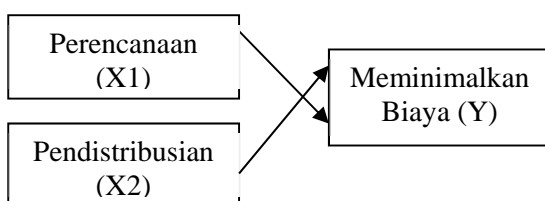
1. Metode sudut kiri atas (*northwest corner atau stepping stone method*)
 Metode ini dalam merubah alokasi produk untuk mendapatkan alokasi produksi yang optimal menggunakan cara *trial and error*

atau coba-coba. Walaupun merubah alokasi dengan cara coba-coba, namun ada syarat yang harus diperhatikan yaitu dengan melihat pengurangan biaya per unit yang lebih besar dari pada penambahan biaya per unitnya.

2. Metode MODI (*modified distribution*)
Metode ini dalam merubah alokasi produk untuk mendapatkan alokasi produksi yang optimal menggunakan suatu indeks perbaikan yang berdasarkan pada nilai baris dan nilai kolom. Untuk metode MODI ada syarat yang harus dipenuhi, yaitu banyaknya kotak terisi harus sama dengan banyaknya baris ditambah banyaknya kolom dikurang satu.
3. Metode VAM (*vogel's approximation method*)
Teknik pengerjaan pada metode ini berbeda dengan dua metode sebelumnya yaitu metode transportasi *Stepping Stone* dan MODI dimana untuk mendapatkan solusi yang optimal dilakukan berulang-ulang sampai kondisi optimal tersebut terpenuhi. Sedangkan pada metoda VAM ini, sekali kita menentukan alokasi pada satu cell maka alokasi tersebut tidak berubah lagi. Untuk mempermudah penjelasan, kita gunakan contoh yang sama seperti pada metode transportasi sebelumnya. Besarnya biaya transportasi dapat dilihat dari proses pendistribusiannya, semakin jauh jarak yang ditempuh untuk melakukan distribusi maka semakin besar pula biaya transportasi yang diperlukan. Jadi untuk menekan biaya transportasi dapat dilakukan dengan menyusun rencana distribusi yang tepat.

5. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran adalah pondasi utama dimana sepenuhnya proyek penelitian itu diajukan, dan hal ini merupakan jaringan antara variable masalah yang telah diidentifikasi melalui proses wawancara, observasi dan studi pustaka.



Gambar 2-4 : Kerangka Pemikiran

Perencanaan dalam suatu perusahaan sangat diperlukan, hal ini berguna untuk menghindari terjadinya tindakan yang tidak diharapkan. Perencanaan dalam distribusi barang menjadi tolak ukur kelancaran arus barang tersebut. Sehingga dapat meminimalkan biaya-biaya dalam distribusi produk.

2.18 Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara yang disusun oleh peneliti kemudian akan diuji kebenarannya pada penelitian yang dilakukan. Dikatakan sebagai jawaban yang diberikan baru berdasarkan teori. Hipotesis merupakan pernyataan peneliti tentang hubungan antara variable-variabel dalam penelitian. Fungsi dari hipotesis adalah sebagai pedoman untuk dapat mengarahkan peneliti agar sesuai dengan apa yang diharapkan.

Berdasarkan latar belakang, perumusan masalah, dan kerangka pemikiran yang telah dikemukakan oleh peneliti maka Hipotesis dalam penelitian ini adalah: “Dengan membuat suatu rencana distribusi maka dapat meminimalkan biaya dalam pengangkutannya dan proses pendistribusian barang tersebut dapat berjalan sesuai yang diharapkan oleh perusahaan sehingga perusahaan mendapatkan keuntungan.

METODOLOGI PENELITIAN

1. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif, yaitu data yang dinyatakan dalam bentuk kata-kata dengan tujuan memberikan penafsiran terhadap fenomena sosial. Penelitian ini merupakan penelitian dengan pendekatan spesifik dan bersifat eksploratif untuk menerangkan sebab terjadinya suatu masalah dan bagaimana menanggulangnya.

2. Lokasi Penelitian

Suatu penelitian sudah tentu memiliki objek agar penelitian dapat terlaksana. Sesuai

dengan hal tersebut, maka penulis menetapkan objek pada PT. Surya Madistrindo Cabang Kisaran Jl. SM. Raja No. 479 Kisaran Telp 061-21214.yang bergerak dalam bidang distribusi rokok.

3. Waktu Penelitian

Adapun waktu penelitian ini direncanakan akan dilaksanakan pada bulan Pebruari 2016 sampai dengan selesainya.

4. Jenis dan Sumber Data

4.1. Data Primer

Adalah data yang diperoleh dari perusahaan yang berhubungan dengan objek yang diteliti dengan melakukan wawancara secara langsung.

4.2. Data Sekunder

Data sekunder yaitu data primer yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan baik oleh pihak pengumpul data primer atau oleh pihak lain misalnya berupa table-tabel atau diagram-diagram.

5. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan proses pengadaan data untuk keperluan penelitian. Pengumpulan data adalah prosedur sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan. Adapun teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut :

1. Studi kepustakaan (*Library Research*) yaitu suatu aktivitas penelitian dengan cara mengumpulkan data, informasi dan keterangan melalui buku-buku teoritis yang ada hubungannya dengan permasalahan penelitian, sehingga dapat memberikan petunjuk bagi peneliti dalam menyelesaikan masalah yang diteliti.
2. Studi lapangan (*Field Research*) yaitu suatu aktivitas untuk mencari data yang lengkap dan akurat, berkaitan dengan permasalahan yang diteliti dengan melakukan kunjungan ke PT. Surya Madistrindo Cabang Kisaran, dan melakukan pencatatan yang dianggap perlu dalam penelitian ini. Selain itu juga, mengunjungi situs website resmi dari perusahaan tersebut.

Data dikumpulkan dengan cara :

1. Wawancara atau interview
Wawancara adalah suatu teknik yang digunakan oleh peneliti untuk mendapatkan data yang diinginkan dengan melakukan komunikasi secara langsung.
2. Menurut Sutrisno Hadi (Sugiyono, 2008:145) menyatakan bahwa observasi adalah suatu proses yang kompleks, suatu proses tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dimana observasi ini digunakan bila penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar.

6. Teknik Analisis Data

Didalam penulisan penelitian ini peneliti menggunakan teknik analisis yaitu:

1. Analisis Deskriptif, yaitu teknik analisis yang digunakan dengan cara mengumpulkan data, menyusun dan mengelompokkan kemudian diinterpretasikan sehingga diperoleh gambaran yang jelas tentang masalah yang diteliti.
2. Analisis Komparatif, yaitu teknik analisis data dengan cara membandingkan antara teori dengan praktek, atau antara data primer dengan data sekunder sehingga diperoleh gambaran persesuaian atau perbedaan antara keduanya.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Gambaran Umum Perusahaan.

Di Indonesia sangat banyak terdapat perusahaan-perusahaan besar ternama, dimana perusahaan-perusahaan tersebut menjadikan Indonesia menjadi lebih maju dan berkembang dalam bidang ekonomi. Banyak sekali jenis perusahaan di Indonesia, misalnya perusahaan dibidang *advertising*, perusahaan dibidang makanan, perusahaan dibidang minuman, perusahaan dibidang tekstil, perusahaan rokok, dan masih banyak lagi.

Salah satu perusahaan yang sangat besar adalah perusahaan rokok.

Perusahaan rokok termasuk perusahaan yang berpengaruh dalam perekonomian Indonesia, dimana perusahaan rokok sangat diharapkan menjadi salah satu sumber pembiayaan bagi pemerintah karena cukai rokok diakui mempunyai peranan penting dalam penerimaan Negara. Sehingga pada saat resesi ekonomi yang dimulai dengan krisis moneter pada sejak Juli 1997 tidak terlalu berpengaruh dalam kegiatan industri tersebut.

Dalam industri rokok, donasi dari para pelaku utama bisnis ini sudah cukup dikenal dan selalu masuk dalam jajaran sepuluh besar perusahaan terbaik di antara 200 *Top Companies* di Asia yaitu PT. Gudang Garam Tbk. Perusahaan ini merupakan raksasa kretek Indonesia. PT. Gudang Garam Tbk didirikan pada 26 Juni 1958 oleh Surya Wonowidjojo (Ing Hwie). Disaat berumur sekitar 20 tahun, Surya Wonowidjojo mendapat tawaran bekerja dari pamannya di pabrik rokok Cap 93 yang merupakan salah satu pabrik rokok terkenal di Jawa Timur pada waktu itu. Berkat kerja keras dan kerajinannya dia mendapatkan promosi dan akhirnya menduduki posisi direktur di perusahaan tersebut. Pada tahun 1956 Surya Wonowidjojo meninggalkan Cap 93, dia membeli tanah di Kediri dan memulai produksi rokok sendiri. Diawali dengan rokok kretek dari kelobot dengan merek Inghwie. Setelah dua tahun berjalan Surya Wonowidjojo mengganti nama perusahaannya menjadi Pabrik Rokok Tjap Gudang Garam. Perusahaan ini memiliki perkebunan tembakau sebesar 514 hektar di Kediri, Jawa Timur.

Perusahaan tersebut semakin berkembang dan dikenal dikalangan masyarakat pada saat ini dengan nama PT. Gudang Garam Tbk. Sesuai dengan perkembangannya, PT. Gudang Garam Tbk. memiliki cabang di beberapa kota besar dan salah satunya adalah di kota Bandung.

PT. Gudang Garam Tbk. tidak berdiri sendiri, melainkan menaungi beberapa anak perusahaan yang melakukan tugas dalam bidang pendistribusian produk dari PT.

Gudang Garam Tbk. tersebut. Salah satu anak perusahaan tersebut adalah PT. Surya Madistrindo. Untuk daerah Sumatera sendiri ada beberapa anak cabang PT. Surya Madistrindo yaitu Medan, Kisaran, Kabanjahe, Siantar, Padang Sidempuan, Lhokseumawe, dan Banda Aceh.

PT Surya Madistrindo (SM) adalah suatu unit usaha PT. Gudang Garam Tbk. yang bergerak dibidang pendistribusian dan penjualan semua produk-produk PT. Gudang Garam Tbk. ke seluruh wilayah di Indonesia. PT. Surya Madistrindo adalah salah-satu perusahaan besar di Indonesia yang berdiri sejak tahun 2009. PT. Surya Madistrindo dikenal di masyarakat umum melalui produk/*brand* yang antara lain adalah Gudang Garam Merah, Gudang Garam International, Gudang Garam Surya 16, Surya Slim, ProMild dan masih banyak lagi.

2. Kebijakan Pendistribusian dan Biaya

Seperti halnya daerah Medan, Kisaran sebagai head office dari Sumbagut juga memiliki daerah tujuan distribusi yang telah ditentukan diantaranya adalah:

1. Tanjung Balai
2. Asahan (Kisaran)
3. Batu Bara (Indra Pura)
4. Labuhan Batu Utara (Aek Kanopan)
5. Labuhan Batu Induk (Rantau Prapat)
6. Labuhan Batu Selatan (Kota Pinang)

Adapun *Brand* dari produk rokok yang didistribusikan adalah Gudang Garam Merah, Djaja, Gudang Garam Internasional, Surya, Surya Exclusive, Promild, Gudang Garam Profesional, GG Mild, GG Silver, GG Signature, dan Surya Kaleng.

Biasanya distribusi barang dilakukan per minggu, dimana setiap pengiriman barang sebanyak 1500 dus.

Jadi, $1500 \text{ dus} \times 4 = 6000 \text{ dus} / \text{bulan}$.

Maka setiap daerah didistribusikan sebanyak 1000 dus / bulan untuk masing-masing daerah tujuan distribusi cabang Kisaran. Setiap area ada 5 unit mobil.

Adapun biaya-biaya yang dikeluarkan pada saat distribusi adalah:

- a. BBM
- b. Parkir
- c. SPSI / Bongkar Muat

d. Penginapan
 e. Pengawas Lapangan
 Rincian biaya untuk sekali distribusi sebagai berikut:

BBM : Rp. 350.000,
 Parkir : Rp. 50.000,
 SPSI : Rp. 300.000,
 Penginapan : Rp. 500.000,
 Pengawas Lapangan : Rp. 200.000,

Jadi, biaya untuk 5 Mobil dalam satu area per sekali distribusi adalah :

BBM :Rp. 350.000, x 5 = Rp. 1.750.000,
 Parkir :Rp. 50.000 , x 5 = Rp. 250.000,
 SPSI :Rp. 300.000, x 5 = Rp. 1.500.000,
 Penginapan :Rp. 500.000, x 5 = Rp. 2.500.000,
 Pengawas Lapangan :Rp. 200.000, x 5 = Rp. 1.000.000,
Grand Total = Rp. 7.000.000,

Maka perusahaan harus mengeluarkan biaya sebesar Rp. 7.000.000, untuk satu daerah tujuan distribusi selama seminggu. Jadi, Rp. 7.000.000, x 4 = 28.000.000, / bulan.

Dari perhitungan diatas, area distribusi untuk Kisaran ada 6, jadi total biaya yang harus dikeluarkan selama satu bulan adalah Rp. 28.000.000, x 6 = Rp. 168.000.000, Untuk meminimalkan biaya distribusi maka dilakukan analisi rencana distribusi guna meminimalkan biaya tersebut diatas, adapun analisi yang akan dibuat adalah mengurangi jadwal/rute keberangkatan pendistribusian yang dulunya pendistribusian dilakukan per week menjadi beweek (dua kali dalam sebulan) tanpa mengurangi laba perusahaan, analisisnya dapat dilihat sebagai berikut:

Biaya-biaya yang dikeluarkan:

BBM = Rp. 350.000,
 Parkir = Rp. 50.000,
 SPSI = Rp. 300.000,
 Penginapan = Rp. 500.000,
 Pengawas Lapangan = Rp. 200.000,

Jadi, biaya untuk 5 Mobil dalam satu area per sekali distribusi adalah :

BBM :Rp. 350.000, x 5 = Rp. 1.750.000,
 Parkir :Rp. 50.000 , x 5 = Rp. 250.000,
 SPSI :Rp. 300.000, x 5 = Rp. 1.500.000,
 Penginapan :Rp. 500.000, x 5 = Rp. 2.500.000,
 Pengawas Lapangan :Rp. 200.000, x 5 = Rp. 1.000.000,

Grand Total = Rp. 7.000.000,

Maka perusahaan harus mengeluarkan biaya sebesar Rp. 7.000.000, untuk satu daerah tujuan distribusi. Jadi, Rp. 7.000.000, x 2 (distribusi 2 kali dalam sebulan) = Rp.14.000.000, / bulan. Maka Total biaya distribusi yang dikeluarkan selama sebulan ke enam area Kisaran sebesar Rp. 14.000.000, x 6 = Rp. 84.000.000,

Dari analisis perhitungan diatas perusahaan dapat meminimalkan pengeluaran dari Rp. 168.000.000, menjadi Rp. 84.000.000, dengan selisih Rp. 84.000.000, Untuk lebih jelasnya dapat kita lihat tabel berikut ini:

Tabel 4-1
 Analisis Biaya

No	Keterangan	Biaya / Minggu	Biaya / Bulan	Banyak Area Distribusi	Total
1	BBM	1.750.000	7.000.000	6	42.000.000
2	Parkir	250.000	1.000.000	6	6.000.000
3	SPSI	1.500.000	6.000.000	6	36.000.000
4	Penginapan	2.500.000	10.000.000	6	60.000.000
5	Pengawas	1.000.000	4.000.000	6	24.000.000
TOTAL			28.000.000		168.000.000

Analisis rencana yang dibuat oleh peneliti guna meminimalkan biaya distribusi adalah:

No	Keterangan	Biaya / Minggu	Biaya / be week	Banyak Area Distribusi	Total
1	BBM	1.750.000	3.500.000	6	21.000.000
2	Parkir	250.000	500.000	6	3.000.000
3	SPSI	1.500.000	3.000.000	6	18.000.000
4	Penginapan	2.500.000	5.000.000	6	30.000.000
5	Pengawas	1.000.000	2.000.000	6	12.000.000
TOTAL			14.000.000		84.000.000

3. Perusahaan mengatur rute dan skedul keberangkatan agar proses distribusi berjalan dengan baik.

3. Interpretasi Hasil Pengujian Hipotesis

Berdasarkan hasil pengujian dengan menggunakan perhitungan biaya transportasi diatas maka terjadi penurunan biaya sebesar Rp.84.000.000, merupakan hal yang sangat menguntungkan dan perlu diterapkan dalam perusahaan guna meminimalkan biaya perusahaan. Tanpa mengurangi kapasitas barang yang akan disalurkan. Selain itu dapat memperbanyak kunjungan sales ke outlet-outlet Surya Madistrindo.

KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

Adapun kesimpulan yang diperoleh yaitu:

1. Proses pendistribusian rokok cabang Kisaran seharusnya dilakukan secara be week atau dua kali pendistribusin dalam sebulan tanpa mengurangi kapasitas rokok yang akan didistribusikan, sehingga dapat meminimalkan biaya dalam proses pendistribusiannya. Selain itu, dapat mempermudah bagi sales untuk melakukan kunjungan ke outlet-outlet yang ada.
2. Pengaruh distribusi terhadap biaya sangat signifikan karena distribusi yang dilakukan tanpa adanya rencana ataupun skedul akan semakin memperbesar biaya, jadi jika sebelum melakukan distribusi ada baiknya membuat suatu rencana yang strategis guna menghindari penambahan biaya.

2. Saran

Saran-saran yang dapat diberikan kepada pihak perusahaan adalah:

1. Untuk meminimalkan biaya transportasi, sebaiknya perusahaan mendistribusikan produknya dengan be week atau dua kali dalam sebulan, sehingga dapat meminimalkan biaya distribusinya.
2. Pihak perusahaan juga harus tetap mengontrol proses pendistribusiannya sehingga distribusi berjalan sesuai dengan harapan perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abbas Salim, 2006, *Manajemen Transportasi*, Penerbit PT. RajaGrafindo Persada, Jakarta.
- Andi Wijaya, 2013, *Pengantar Riset Operasi*, Edisi ke-3, Penerbit Mitra Wacana Media, Jakarta.
- Firdaus Ahmad Dunia dan Wasilah Abdullah. 2014, *Akuntansi Biaya, Edisi ke-3*, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Herry Sutanto dan Khaerul Uman, 2013, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, Penerbit CV. Pustaka Setia, Bandung.
- Hery Prasetya dan Fitri Lukiastuti, 2009, *Manajemen Operasi*, Penerbit PT. Buku Kita (Wordpress Anggota IKAPI), Yogyakarta.
- Husein Umar, 2013, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, Edisi kedua, Penerbit PT RajaGrafindo Persada, Jakarta.
- Kasmir dan Jakfar, 2015, *Studi Kelayakan Bisnis, Edisi Revisi*, Penerbit Prenada Media Group, Jakarta.
- Muhammad Iqbal, 2012, *Manajemen Pemasaran*, Bahan Ajar STIE IBBI, Medan.
- Muri Yusuf, 2014, *Metode Penelitian (Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan)*, Edisi Pertama, Penerbit Prenadamedia Group, Jakarta.
- Murti Sumarni dan Jhon Soeprihanto, 2010, *Pengantar Bisnis (Dasar-Dasar Ekonomi Perusahaan)*, Penerbit Liberty Yogyakarta, Yogyakarta.
- Marya Ulfa, *Analisis Perbandingan Model Transportasi Distribusi Vogel's Aproximation Method (VAM) Pada BPJS Ketenagakerjaan Cabang Belawan*, Fakultas Ekonomi Universitas Dharmawangsa, Medan, Skripsi 2014 (tidak dipublikasikan)
- Nandan Limakrisna dan Wilhelimus Hary Susilo, 2012, *Manajemen*

- Pemasaran, (Teori dan Aplikasi dalam Bisnis)*, Penerbit Mitra Wacana Media, Jakarta.
- Pandji Anoraga, 2009, *Manajemen Bisnis*, Penerbit Rineka Cipta, Jakarta.
- Siswanto, 2006, *Pengantar Manajemen*, Cetakan ketujuh, Penerbit PT. Bumi Aksara, Jakarta.
- Sugiyono, 2010, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Penerbit Alfabeta, Bandung.
- Suyadi Prawirosentono, 2007, *Manajemen Operasi*, Edisi keempat, Penerbit Bumi Aksara, Jakarta.
- Thamrin Abdullah dan Francis Tantri, 2014, *Manajemen Pemasaran*, Cetakan ketiga, Penerbit PT RajaGrafindo Persada, Jakarta.
- Mulyaajho.blogspot.co.id/2014/05/pengertian-produk-defenisi-kualitas.html?m=1 (diaplod tanggal 18/12/2015).
- <http://walmartdistribution.blogspot.co.id/2011/06/faktor-faktor-yang-menjadi-pertimbangan.html> (diaplod tanggal 18/12/2015).
- Sinaga, Loren Merly, *Analisis Penerapan Model Transportasi Distribusi (Dengan VAM dan MODI) pada EMKL PT. Bahtera Adhiguna Cabang Belawan*, Medan, Fakultas Ekonomi Universitas Dharmawangsa, Medan, Skripsi 2014 (tidak dipublikasikan).