

**ANALISIS PERENCANAAN DAN PENDISTRIBUSIAN SOLAR DALAM
MEMINIMALKAN BIAYA TRANSPORTASI PADA PT. REMATA JAYA
ABADI MEDAN**

Oleh

Rani Rahim, SPd, MPd

Fitri Juliati,SE

ABSTRACT

To meet the demand for diesel oil to all consumers in the city of Medan and outside Medan, PT. Remata Jaya Abadi Medan uses six vehicles, namely tank cars to serve the needs of consumers throughout the distribution. Viewed from the current diesel oil delivery system is less efficient because it does not pay attention to shipping routes. In the distribution of diesel oil is not adjusted to the capacity of the vehicle used so that the path taken is not efficient because of the longer distance traveled. With such distribution conditions, of course, it will require a transport vehicle, driver, and transportation costs which is certainly not small. The problem in this study, how is solar planning for consumers by PT. Remata Jaya Abadi Medan, how is the distribution of diesel fuel in minimizing transportation costs at PT. Remata Jaya Abadi Medan, and how to plan and distribute diesel to minimize transportation costs at PT. Remata Jaya Abadi Medan. The results were obtained based on research by PT. Remata Jaya Abadi Medan to distribute diesel fuel to consumers makes planning by scheduling (scheduling) of the distribution of diesel fuel so that it reaches the consumer. Scheduling is a scheduling of activities, an activity is scheduled when to start, how long to do each phase of its activities and finally when it will finish. Scheduling is part of planning, namely planning about the time of carrying out its activities. Based on the research results of distribution channels implemented by PT. Remata Jaya Abadi Medan in distributing diesel, the company basically uses the distribution channel directly because the company directly distributes diesel fuel to consumers. Based on the test results using the calculation of transportation costs of diesel fuel, a decrease in costs of Rp. 2,800,000 for a month and Rp. 33,600,000 in a year for the cities of Kisaran and Dairi, while for the city of Binjai there was a decrease in costs by Rp. 100,000 for a month and Rp. 1,200,000 for a year. This is a very lucrative Ansis and needs to be applied in the company to minimize company costs.

Keywords: Planning, Distribution and Minimizing Transportation Costs

A. PENDAHULUAN

Perkembangan yang pesat dalam perekonomian telah mempengaruhi dunia usaha dengan berbagai bentuk tantangan. Untuk setiap bentuk dunia usaha khususnya industri perlu mempunyai dasar kebijakan terarah dan mampu mengantisipasi setiap keadaan, serta konsep manajemen yang mampu menjalankan fungsinya agar semua yang direncanakan dapat berjalan sesuai dengan rencana.

Perencanaan usaha yang dilakukan perusahaan langkah keseluruhan proses tentang hal-hal yang akan dikerjakan pada masa yang akan datang, dalam rangka mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Hal ini sangat penting, karena perencanaan usaha merupakan pedoman kerja bagi seorang wirausaha. Pada umumnya, perencanaan usaha mengatur tentang proses kegiatan usaha, produksi, pemasaran, penjualan, perluasan usaha, keuangan usaha, pembelian, tenaga kerja, dan penyediaan atau pengadaan peralatan.

Kebutuhan akan perencanaan ada pada semua tingkatan manajemen

dan semakin meningkat pada tingkatan manajemen yang lebih tinggi, dimana perencanaan itu mempunyai kemungkinan dampak yang paling besar pada keberhasilan organisasi. Pada tingkatan *top* manajer pada umumnya mencurahkan hampir semua waktu perencannannya jauh ke masa depan dan pada strategi-strategi dari seluruh organisasi.

Perencanaan diperlukan dan terjadi dalam berbagai bentuk organisasi, sebab perencanaan ini merupakan proses dasar manajemen di dalam mengambil suatu keputusan dan tindakan. Perencanaan diperlukan dalam setiap jenis kegiatan baik itu kegiatan organisasi, perusahaan maupun kegiatan di masyarakat, dan perencanaan ada dalam setiap fungsi-fungsi manajemen, karena fungsi-fungsi tersebut hanya dapat melaksanakan keputusan-keputusan yang telah ditetapkan dalam perencanaan.

Semakin tingginya tingkat persaingan dalam dunia industri, menuntut perusahaan untuk dapat menghadapi persaingan secara baik dan siap dengan segala resiko yang akan

dihadapi. Salah satu jaminan yang harus dipenuhi perusahaan kepada pelanggan dengan pengiriman produk sesuai dengan permintaan pelanggan secara tepat waktu dan efisien. Sehingga proses distribusi yang dilaksanakan tidak mengakibatkan pemborosan segi waktu, jarak, dan tenaga.

Berdirinya suatu perusahaan di tengah-tengah kehidupan masyarakat mempunyai tujuan untuk menghasilkan suatu alat pemuas yang berupa barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan hidup masyarakat. Eksistensi perusahaan tersebut bergantung pada tanggapan masyarakat terhadap produk-produk yang dihasilkan dan berkaitan dengan program pemasaran produk yang dilakukan perusahaan.

Pendistribusian bagian dari kegiatan pemasaran yang berusaha memperlancar serta mempermudah penyampaian produk dan jasa dari produsen kepada konsumen sehingga penggunaan sesuai jenis, jumlah, harga, dan tempat dengan yang diperlukan. Distribusi yang efektif akan memperlancar arus atau akses barang oleh konsumen sehingga dapat diperoleh kemudahan memperolehnya.

Di samping itu konsumen juga akan dapat memperoleh barang sesuai dengan yang diperlukan.

Agar tujuan kegiatan pemasaran dapat tercapai maka salah satu program yang harus dijalankan bagi perusahaan yaitu menyalurkan atau mendistribusikan produk-produk hasil produksi kepada konsumen. Sejalan dengan tujuan tersebut perusahaan memerlukan rencana pendistribusian produk yang tepat karena dengan ketidaktepatan dalam pendistribusian dapat menyebabkan tidak optimalnya pemasaran atau juga bisa menyebabkan kerugian bagi perusahaan.

Distribusi salah satu faktor penting bagi perusahaan untuk dapat melakukan pengiriman produk secara tepat kepada pelanggan. Ketepatan pengiriman produk kepada pelanggan harus memiliki dasar penjadwalan dan penentuan rute secara tepat, sehingga *customer* yang akan dikunjungi menerima produk dalam kondisi baik dan sesuai dengan batas waktu permintaan. Agar kegiatan distribusi ini dapat berjalan lebih efektif dan efisien, perusahaan melibatkan pembentukan jadwal dan urutan-urutan rute dalam transportasi.

Distribusi dan transportasi yang baik suatu hal yang penting dalam suatu perusahaan agar suatu produk dapat dikirim sampai kepada konsumen tepat waktu, tepat pada tempat yang ditentukan, dan barang dalam kondisi baik. Pendistribusian produk dari sumber ke beberapa tempat tujuan tentunya merupakan suatu permasalahan yang cukup kompleks, karena dengan adanya beberapa tempat tujuan pengiriman produk akan menimbulkan beberapa jalur distribusi yang jarak dan waktu tempuh yang semakin panjang dan lama. Hal tersebut tentunya akan berimbas pada biaya pengiriman (transportasi) yang cukup besar. Kurang baiknya perencanaan sistem distribusi akan mengarah pada pemborosan biaya transportasi dan penurunan kepuasan konsumen yang selanjutnya menyebabkan hilangnya kepercayaan.

Salah satu faktor yang cukup berpengaruh terhadap keberhasilan perusahaan dalam menjual produknya dengan sistem distribusi. Secara garis besar, pendistribusian dapat diartikan sebagai aktifitas pemasaran yang berusaha memperlancar atau mempermudah proses penyampaian

barang dan jasa dari produsen hingga sampai ke tangan konsumen, sehingga penggunaannya sesuai dengan yang diperlukan.

Untuk memenuhi permintaan minyak solar ke seluruh konsumen yang ada di daerah kota Medan maupun yang ada di luar kota Medan, PT. Remata Jaya Abadi Medan menggunakan enam kendaraan yaitu mobil tangki untuk melayani kebutuhan konsumen di seluruh pendistribusian. Dilihat dari sistem pengiriman minyak solar saat ini kurang efisien karena tidak memperhatikan rute pengiriman. Dalam pendistribusian minyak solar tidak disesuaikan dengan kapasitas kendaraan yang digunakan sehingga mengakibatkan jalur yang ditempuh tidak efisien karena jarak tempuh yang semakin panjang. Dengan kondisi pendistribusian seperti itu tentunya akan memerlukan kendaraan angkut, tenaga supir, serta biaya transportasi yang tentunya tidak sedikit.

Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah:

1. Bagaimanakah perencanaan solar kepada konsumen oleh PT. Remata Jaya Abadi Medan?
2. Bagaimanakah pendistribusian solar dalam meminimalkan biaya transportasi pada PT. Remata Jaya Abadi Medan?
3. Bagaimanakah perencanaan dan pendistribusian solar dalam meminimalkan biaya transportasi pada PT. Remata Jaya Abadi Medan?

B.LANDASAN TEORITIS

Pengertian Perencanaan

Menurut Hasibuan (2013:91) mengatakan bahwa “Perencanaan adalah fungsi dasar manajemen, karena *organizing, staffing, directing dan controlling* harus terlebih dahulu direncanakan. Perencanaan ini adalah dinamis. Perencanaan ditujukan pada masa depan yang penuh dengan ketidakpastian karena adanya perubahan kondisi dan situasi.

Terdapat pula beberapa variasi dalam tanggung jawab perencanaan yang tergantung pada ukuran dan tujuan organisasi dan pada fungsi atau kegiatan khusus manajer. Organisasi

yang besar dan berskala internasional lebih menaruh perhatian pada perencanaan jangka panjang daripada perusahaan lokal. Akan tetapi pada umumnya organisasi perlu mempertimbangkan keseimbangan antara perencanaan jangka panjang maupun perencanaan jangka pendek. Karena itu penting bagi para manajer untuk mengerti peranan perencanaan jangka pendek dan jangka panjang dalam pola perencanaan secara keseluruhan.

Kegiatan perencanaan selalu melekat pada kegiatan kehidupan sehari-hari, baik disadari maupun tidak. Sebuah rencana akan sangat mempengaruhi sukses dan tidaknya suatu pekerjaan. Karena itu pekerjaan yang baik adalah yang direncanakan dan sebaiknya untuk melakukan pekerjaan sesuai dengan yang telah direncanakan. Karena semakin majunya perkembangan zaman maka diperlukan sistem perencanaan yang berhubungan dengan pengambilan keputusan, penyusunan perencanaan, pengawasan, evaluasi, serta perumusan kebijakan dalam perencanaan suatu program.

Setiap organisasi perlu melakukan suatu perencanaan dalam setiap kegiatan organisasinya, baik perencanaan produksi, perencanaan rekrutmen karyawan baru, program penjualan produk baru, maupun perencanaan anggarannya. Perencanaan (*planning*) merupakan proses dasar bagi organisasi untuk memilih sasaran dan menetapkan bagaimana cara mencapainya. Oleh karena itu, perusahaan harus menetapkan tujuan dan sasaran yang hendak dicapai sebelum melakukan proses-proses perencanaan.

Menurut Supomo dan Nurhayati (2018:21) mengatakan “Perencanaan (*planning*) adalah suatu proses untuk menentukan rencana atau program kegiatan. Suatu perencanaan selalu berkaitan dengan tujuan. Perencanaan akan membantu untuk mengetahui apa yang dilakukan. Perencanaan tidak dapat dibuat secara tergesa-gesa, namun memerlukan waktu yang panjang”.

Menurut Fauzi dan Irviani (2018:15) “Perencanaan yaitu fungsi seorang manager yang berhubungan dengan pemilihan dari sekumpulan kegiatan dan pemutusan tujuan-tujuan,

kebijaksanaan-kebijaksanaan, serta program-program yang dilakukan. Perencanaan merupakan program terpenting dari semua fungsi manajemen”.

Menurut Daft (2012:7) menjelaskan bahwa “Perencanaan (*planning*) berarti menentukan tujuan untuk kinerja organisasi di masa depan serta memutuskan tugas dan penggunaan sumber daya yang diperlukan untuk mencapai tujuan perusahaan. Sedangkan menurut pendapat Wiludjeng (2014:58) “Perencanaan (*planning*) adalah proses membandingkan, menilai dan memilih alternatif yang baik dari kegiatan yang dilakukan dalam rangka mencapai tujuan bersama”.

Pengertian Pemasaran

Kegiatan pemasaran adalah hal penting yang harus dilakukan. Tanpa adanya kegiatan ini, maka usaha perusahaan untuk mendapatkan laba dari bisnis yang dijalani sangatlah sulit. Apalagi seperti yang diketahui bahwa banyak sekali perusahaan atau kegiatan bisnis yang menjual atau memproduksi suatu barang atau jasa yang sejenis. Agar bisa bersaing dengan para kompetitor, tentu saja perusahaan harus

melakukan berbagai upaya untuk bisa menarik perhatian konsumen. Tidak dipungkiri bahwa setiap pasar memiliki pembeli yang modelnya bervariasi. Hal ini tentu saja karena kebiasaan dan kebutuhan masing-masing pembeli yang berbeda. Dilain sisi, perusahaan tidak bisa memenuhi kebutuhan para pembeli dengan rata. Oleh sebab itu, pihak perusahaan harus membagi pasar yang awalnya heterogen menjadi homogen sesuai dengan target pasar.

Strategi pemasaran pada dasarnya adalah suatu proses atau langkah agar bisa mencapai tujuan dari perusahaan itu sendiri. Tujuan perusahaan tentu saja mendapatkan keuntungan atau laba.

Menurut Kurniawan (2018:3) “*Marketing* atau pemasaran suatu perpaduan dari kegiatan-kegiatan yang saling berhubungan dan berkaitan untuk mengetahui kebutuhan konsumen sekaligus mengembangkan promosi, distribusi, pelayanan dan harga agar kebutuhan konsumen dapat terpuaskan dengan baik pada tingkat keuntungan tertentu”.

Menurut Sunyoto (2018:1) “Aktivitas pemasaran merupakan salah

satu aktivitas pokok dalam melakukan bisnis, karena pemasaran menjadi ujung tombak bagi sebuah perusahaan untuk menjual produk yang dihasilkan. Dengan strategi pemasaran yang baik dan sesuai dengan target pasar tentu saja sangat membantu memperlancar dalam menjual produk-produknya”.

Menurut Hery (2019:3) mengatakan bahwa “Pemasaran berhubungan erat dengan mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan-kebutuhan orang dan masyarakat. Salah satu dari definisi pemasaran terpendek adalah memenuhi kebutuhan secara menguntungkan. Dengan kecerdasan pemasaran, kebutuhan pribadi atau sosial diubah menjadi peluang bisnis yang mampu menghasilkan laba”.

Berdasarkan pendapat ahli di atas dapat disimpulkan bahwa pemasaran bertujuan untuk mengetahui keinginan konsumen untuk menyediakannya. Kegiatan ini bisa dimulai dari menjelaskan deskripsi produk, pengiklanan produk, pengiriman produk, dan komunikasi kepada para konsumen terkait dengan produk atau barang yang ditawarkan.

Apapun bentuk sesuatu yang ditawarkan produsen perusahaan yang mempunyai kebutuhan dan keinginan yang terwujud sebagai permintaan terhadap barang atau jasa. Pada umumnya, tujuan dari konsumen pribadi adalah pemenuhan dan kepuasan kebutuhan dan keinginannya. Sedangkan tujuan pasar organisasi perusahaan adalah keuntungan atau yang lain. Pasar mempunyai kapasitas pertukaran (daya beli) untuk bisa memperoleh barang yang diminta, Daya beli adalah kemampuan pasar untuk mendapatkan barang yang diperlukan. Daya beli dapat berwujud penguasaan uang, barang yang bernilai untuk ditukarkan, ataupun kepercayaan orang lain bahwa mereka mampu membayar.

Pengertian Distribusi

Saluran distribusi memiliki arti yang sangat penting dalam kelancaran penyaluran barang dan jasa dari produsen kepada konsumen. Di samping itu, saluran distribusi juga berperan dalam memperluas pasar yang menjadi sasaran dan dapat melayani perusahaan sehingga pada akhirnya dapat meningkatkan omset atau volume

penjualan serta dapat menguasai pekerjaan perusahaan.

Ada juga yang menyebutkan arti distribusi adalah suatu kegiatan pemasaran yang bertujuan untuk memudahkan proses penyampaian produk dari produsen kepada konsumen. Dengan kata lain, pengertian distribusi adalah penghubung antara aktivitas produksi dan konsumsi. Pada pelaksanaannya, distribusi merupakan bagian dari proses pemasaran yang dapat memberikan nilai tambah pada produk melalui berbagai fungsi seperti *utility*, tempat, waktu, dan hak kepemilikan produk. Selain itu, tercipta juga kelancaran arus pemasaran, baik secara fisik maupun non-fisik seperti arus informasi, promosi, negosiasi, pembayaran, dan lain sebagainya.

Kegiatan distribusi merupakan salah satu fungsi pemasaran yang sangat penting dilakukan dalam pemasaran yaitu untuk mengembangkan dan memperluas arus barang atau jasa mulai dari produsen sampai ke tangan konsumen sesuai dengan jumlah dan waktu yang telah ditentukan. Pemilihan proses distribusi merupakan suatu masalah yang sangat

penting sebab kesalahan dalam pemilihan proses distribusi dapat memperlambat proses penyaluran barang atau jasa sampai ke tangan konsumen atau pemakai.

Menurut Sudaryono (2016:220), Produk yang telah dibuat perlu didistribusikan untuk sampai ke tangan konsumen baik melalui saluran distribusi, perantara maupun dikirim langsung pengguna. Proses distribusi biasanya melibatkan perantara yaitu individu atau perusahaan yang membantu untuk mendistribusikan produk”.

Berdasarkan pendapat ahli di atas dapat disimpulkan bahwa pendistribusian dapat diartikan sebagai kegiatan pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian barang dan jasa dari produsen kepada konsumen, sehingga penggunaannya sesuai dengan yang diperlukan atau dibutuhkan.

Sistem distribusi merupakan sumber daya eksternal yang utama. Biasanya perlu bertahun-tahun untuk membangunnya, dan tidak dapat dirubah dengan mudah. Sistem ini sama pentingnya dengan sumber daya

internal utama lainnya seperti produksi, riset, rekayasa, dan personil penjualan serta fasilitas lapangan. Sistem ini menggambarkan komitmen signifikan perusahaan terhadap sejumlah besar perusahaan independent yang bisnisnya adalah distribusi dan terhadap pasar tertentu yang mereka layani. Sistem distribusi juga menggambarkan komitmen terhadap seperangkat kebijakan dan praktek yang merupakan bahan dasar untuk disusun menjadi suatu hubungan jangka panjang yang luas.

Kebijakan Saluran Distribusi

Kegiatan pengiriman produk adalah salah satu faktor yang penting untuk diperhatikan dalam menjalankan kegiatan bisnis. Kegiatan ini dapat berjalan baik jika ada koordinasi antara produsen dengan konsumen. Dengan begitu akan terjalin hubungan yang baik antara konsumen dan produsen dalam kegiatan bisnis pun dapat berjalan dengan lancar. Pengiriman produk merupakan kegiatan dalam pendistribusian. Dalam distribusi artinya menyampaikan produk dari produsen kepada konsumen. Kegiatan pengiriman produk berlangsung pada saat pesanaan dari konsumen sudah

siap dikirimkan beserta dengan kelengkapan dari dokumen-dokumennya.

Mengingat saluran distribusi merupakan suatu struktur menggambarkan situasi pemasaran yang berbeda oleh berbagai macam lembaga usaha (seperti produsen, pedagang besar dan pengecer), maka kegiatan saluran distribusi harus dapat dipertimbangkan dan dilakukan secara efisien dan efektif. Dalam usaha memperlancar arus barang dan jasa dari produsen ke konsumen, maka salah satu faktor penting yang tidak dapat diabaikan adalah memilih saluran distribusi yang tepat. Saluran distribusi merupakan lembaga-lembaga distributor merupakan lembaga-lembaga distributor atau penyalur yang mempunyai kegiatan untuk menyalurkan atau menyampaikan barang dan jasa dari produsen ke konsumen.

Menurut Diana dan Setiawati (2011:98) menjelaskan proses bisnis dalam sebuah kegiatan penjualan antara lain meliputi:

1. Konsumen memesan barang.

2. Perusahaan mengirim barang yang dipesan ke konsumen.
3. Perusahaan mengirim tagihan ke konsumen.
4. Perusahaan menerima pelunasan kas dari konsumen.

Kebijakan saluran distribusi merupakan segala bentuk kegiatan yang mempunyai tujuan untuk menyampaikan barang dan jasa dari memproduksi kepada pengonsumsi. Jasa-jasa pada umumnya diproduksi secara khusus dan dikonsumsi pada waktu bersamaan. Klien atau pengguna jasa hadir pada saat diberikan, interaksi penyedia jasa dan klien merupakan ciri khusus pemasaran jasa baik penyedia jasa maupun pengonsumsi akan mempengaruhi hasil jasa.

Saluran distribusi membantu memperlancar pergerakan hak milik atas suatu produk. Walau bagaimanapun baiknya barang atau jasa yang diproduksi dan jelas sesuai dengan selera konsumen tetapi saluran distribusi yang digunakan tidak mempunyai kemampuan, tidak mempunyai kegiatan inisiatif dan kreatif serta kurang mempunyai tanggung jawab maka usaha untuk saluran distribusi akan mengalami

hambatan, bahkan akan mengalami kemacetan.

Pengertian Biaya Transportasi

Transportasi merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia. Terdapat hubungan erat antara transportasi dengan lokasi kegiatan manusia, barang-barang dan jasa. Transportasi memiliki peranan signifikan dalam aspek-aspek sosial, ekonomi, lingkungan, politik dan pertahanan keamanan. Oleh karena itu, pengembangan transportasi sangat penting artinya dalam menunjang dan menggerakkan dinamika pembangunan, karena transportasi berfungsi sebagai katalisator dalam mendukung pertumbuhan ekonomi dan pengembangan wilayah.

Menurut Anwar (2010:81) mengatakan bahwa “Biaya merupakan sejumlah uang yang dikeluarkan (atau dapat berbentuk hutang) untuk kegiatan operasi perusahaan dalam rangka menghasilkan barang-barang atau jasa-jasa untuk menghasilkan produk”.

Menurut Nash dalam Ritonga (2015:61) menyatakan bahwa “Biaya transportasi adalah biaya yang harus dikeluarkan untuk melakukan suatu proses. Biaya ini timbul akibat tundaan lalu lintas maupun tambahan volume kendaraan yang mendekati atau melebihi kapasitas pelayanan jalan. Sedangkan menurut Morlok dalam Ritonga (2015:61) menyatakan bahwa “Biaya transportasi dibedakan atas kepada siapa biaya tersebut dikenakan”.

C.METODE PENELITIAN

3.1.Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2011:61) “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”.

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi merupakan kumpulan dari individu, atau unit, atau unsur yang dijadikan obyek atau

sasaran penelitian yang memiliki karakteristik yang sama. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perencanaan dan pendistribusian solar oleh PT. Remata Jaya Abadi Medan.

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, ataupun bagian kecil dari anggota populasi yang diambil menurut prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasinya. Jika populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari seluruh yang ada di populasi, hal seperti ini dikarenakan adanya keterbatasan dana atau biaya, tenaga dan waktu, maka oleh sebab itu peneliti dapat memakai sampel yang diambil dari populasi.

Menurut Sugiyono (2011:118) “Sampel adalah bagian dan jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”. Dalam penelitian ini subjek yang dijadikan sampel penelitian adalah laporan perencanaan dan pendistribusian solar oleh PT. Remata Jaya Abadi Medan

Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Data primer adalah data yang belum diolah yang diperoleh langsung dari objek penelitian. Data primer data yang diperoleh langsung dari sumber atau tempat dimana penelitian dilakukan secara langsung.

Menurut Umar (2014:42) menyatakan bahwa “Data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu ataupun perseorangan seperti hasil wawancara atau hasil pengisian kuisisioner yang biasa dilakukan oleh peneliti”.

2. Data sekunder merupakan data yang sudah tersedia sehingga peneliti tinggal mencari dan mengumpulkan data sekunder dapat diperoleh dengan lebih mudah dan cepat karena sudah tersedia, misalnya di perpustakaan, perusahaan-perusahaan, buku-buku ilmiah, literatur dan bahan-bahan kuliah yang sesuai dengan judul skripsi ini sehingga diperoleh data sekunder.

D.PEMBAHASAN

1. Perencanaan solar kepada konsumen oleh PT. Remata Jaya Abadi Medan

Perencanaan distribusi merupakan organisasi sistem yang bertujuan untuk menyuplai produk kepada konsumen sehingga di peroleh kepuasan yaitu dengan cara menyuplai produk yang tepat ke tempat yang tepat pada waktu yang tepat dengan biaya minimum.

Untuk menyalurkan solar ke konsumen, berdasarkan penelitian pihak PT. Remata Jaya Abadi Medan melakukan perencanaan dengan penjadwalan (*schedulling*) terhadap pendistribusian solar sehingga sampai di tangan konsumen. *Schedulling* merupakan penjadwalan kegiatan, suatu kegiatan dijadwalkan kapan memulainya, berapa lama mengerjakan setiap tahap kegiatannya dan akhirnya kapan selesainya. *Schedulling* merupakan bagian dari perencanaan, yaitu perencanaan mengenai waktu melaksanakan kegiatannya. Penjadwalan adalah aktifitas pengelokasian sumber daya yang dimiliki perusahaan untuk mengirim suatu barang atau jasa dengan biaya yang rendah. Pengiriman solar ke konsumen perlu direncanakan sebelum

melakukan pendistribusian. Paling tidak bagian pengiriman harus telah siap dengan armada pengiriman, personel, dan faktor penjualan, serta barang yang akan didistribusikan. Maka perencanaan pengiriman sangat mutlak untuk dilakukan oleh setiap perusahaan.

Hal ini sesuai dengan penelitian sebelumnya dilakukan Muhammad Bakhtiar (2017) yang memberikan kesimpulan bahwa berdasarkan pengolahan data dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa dari 3 rute awal pendistribusian menjadi 2 rute baru, rute yang ditentukan meliputi rute 1 dan 2 dengan total jarak tempuh 779,8 km. Dimana dua rute baru tersebut didapat setelah penerapan metode saving matrix dan diperoleh efisiensi jarak dan biaya yang optimal.

2. Pendistribusian solar dalam meminimalkan biaya transportasi pada PT. Remata Jaya Abadi Medan

PT. Remata Jaya Abadi Medan adalah suatu perusahaan yang bergerak dalam pendistribusian Bahan Bakar Minyak (BBM) jenis solar Saluran distribusi yang digunakan untuk pendistribusian produk adalah saluran

distribusi yang secara langsung ke konsumen. Sejalan dengan pendistribusian produk tersebut, timbul banyak permasalahan yang harus dihadapi oleh perusahaan. Sebagai akibat dari meningkatnya permintaan dari konsumen setiap tahunnya, maka untuk melakukan pendistribusian tersebut harus memperhatikan berbagai faktor yang bersangkutan, diantaranya masalah jumlah pengiriman dan alat angkut yang digunakan dalam pendistribusian.

Saluran distribusi yang diterapkan PT. Remata Jaya Abadi Medan dalam mendistribusikan solar, pihak perusahaan pada dasarnya mempergunakan saluran distribusi secara langsung karena pihak perusahaan langsung menyalurkan solar kepada pihak konsumen.

Sementara itu, masalah-masalah dalam saluran distribusi yang dihadapi oleh PT. Remata Jaya Abadi Medan antara lain, faktor klimatologi, hal ini terjadi karena keadaan alam yang berubah-ubah seperti angin dan hujan yang tidak menentu akan menyebabkan pendistribusian solar menurun. Sementara, sesuai dengan kontrak, perusahaan harus menyediakan solar yang telah dipesan

oleh konsumen. Faktor komunikasi juga merupakan salah satu penghambat yang juga sering dialami, ini terjadi karena perusahaan kadang-kadang salah menerima informasi mengenai jumlah solar yang dipesan dan tanggal pengiriman yang diminta oleh konsumen. Faktor komunikasi sangat penting bagi perusahaan dalam berhubungan dengan konsumen, maka faktor komunikasi ini sangat diperhatikan oleh perusahaan, agar jangan sampai terjadi kesalahan-kesalahan informasi yang mengakibatkan kerugian bagi perusahaan atau konsumen itu sendiri.

Hal ini sesuai dengan penelitian sebelumnya dilakukan Sri Yuli Yanti (2016) yang memberikan kesimpulan bahwa hasil penelitian saluran distribusi yang diterapkan PT. Tomimaru Gasindo Medan dalam mendistribusikan elpiji 3 kg, pihak perusahaan pada dasarnya mempergunakan saluran distribusi secara langsung karena pihak perusahaan langsung menyalurkan hasil produk kepada pihak konsumen. Pengawasan terhadap distribusi elpiji 3 kg pada tingkat sub agen atau pangkalan di Medan dilakukan oleh PT. Tomimaru Gasindo Medan

bekerjasama dengan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Medan belum optimal, jika dilihat dari tahapan proses pengawasan yang terdiri dari menentukan standar ukuran, melakukan tindakan perbandingan, dan melakukan koreksi. Maka dapat dilihat bahwa masih banyak terjadi pelanggaran yang dilakukan pihak sub agen atau pangkalan elpiji 3 kg terhadap standar operasional prosedur (SOP) yang dijadikan sebagai acuan standar ukuran dalam melaksanakan pengawasan karena regulasi dalam distribusi elpiji 3 kg masih belum baik dan pemberian sanksi untuk pihak sub agen atau pangkalan belum diterapkan karena tidak ada dasar hukumnya.

3. Perencanaan dan pendistribusian solar dalam meminimalkan biaya transportasi pada PT. Remata Jaya Abadi Medan

Upaya PT. Remata Jaya Abadi Medan untuk meningkatkan pelayanan bagi pemenuhan kebutuhan konsumen haruslah terus dilakukan, diantaranya adalah dengan melakukan sistem perencanaan distribusi yang baik, dan pemilihan jenis alat angkut yang sesuai dengan permintaan yang ada sehingga bisa mengefisienkan ongkos-ongkos

yang dikeluarkan oleh perusahaan tersebut.

Untuk meminimalkan biaya transportasi pada PT. Remata Jaya Abadi Medan sesuai dengan perencanaan dan pendistribusian solar yang mula dijadwalkan dalam seminggu sekali menjadi dua kali dalam seminggu untuk daerah Kisaran. Berdasarkan hasil pengujian dengan menggunakan perhitungan biaya transportasi pendistribusian solar maka terjadi penurunan biaya sebesar Rp. 2.800.000 selama sebulan dan sebesar Rp. 33.600.000 dalam setahun untuk kota Kisaran dan Dairi, sedangkan untuk kota Binjai terjadi penurunan biaya sebesar Rp. 100.000 selama sebulan dan sebesar Rp. 1.200.000 selama setahun. Analisis ini merupakan hal yang sangat menguntungkan dan perlu diterapkan dalam perusahaan guna meminimalkan biaya perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Daft, Richard L. (2012). *Manajemen*. Jakarta. Salemba Empat.
- Diana, Anastasia dan Setiawati, Lilis. (2011). *Sistem Informasi Akutansi*. Yogyakarta. Andi.

- Fauzi dan Irviani Rita. (2018). *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta. Andi.
- Handoko. T, Hani. (2017). *Manajemen*. Yogyakarta. BPFE.
- Hasibuan, Malayu. SP. (2013). *Manajemen Dasar, Pengertian, dan Masalah*. Jakarta. Bumi Aksara.
- Hery. (2017). *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta. Gava Media.
- _____. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta. Grasindo.
- Kasmir. (2014). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta. Raja Grafindo Persada.
- Kurniawan, Arief Rakhman. (2018). *Dasar-dasar Marketing*. Yogyakarta. Quadrant.
- Riyanto, Bambang. (2010). *Dasar-dasar Pembelian Perusahaan*. Yogyakarta. BPFE.
- Robbins, Stephen P dan Coulter, Mary. *Manajemen*. (2010). Jakarta. Erlangga
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran: Teori dan Implementasi*. Yogyakarta. Andi.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung. Alfabeta.
- _____, (2011). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung. Alfabeta.
- Sujarweni, V. Wiratna. (2015). *Akuntansi Biaya: Teori dan Penerapannya*. Yogyakarta. Pustaka Baru Press.
- Supomo, R dan Nurhayati, Eti. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung. Yrama Widya.
- Sunyoto, Danang. (2018). *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta. CAPS.
- Umar, Husein. (2014). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta. Rajawali Pers.
- Wiludjeng SP, Sri. (2014). *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta. Graha Ilmu.
- Jurnal,**
- Anwar, Chairul. (2010). *Harga Pokok Produksi dalam Kaitannya dengan Penentuan Harga Jual Untuk Pencapaian Target Laba Analisis*. Jurnal Akuntansi dan Keuangan, Volume 1, Nomor 1.
- Bakhtiar, Muhammad. (2017). *Penentuan Rute Distribusi Sirup Untuk Meminimalkan Biaya Transportasi*. Jurnal IEJ, Volume 6, Nomor 1.
- Ritonga, Deddy. (2015). *Analisa Biaya Transportasi Angkutan Umum Dalam Kota Manado Akibat Kemacetan Lalu Lintas*. Jurnal Sipil Statik, Volume 3, Nomor 1.

Wibowo, Heri.(2016). Analisis Sistem Distribusi Untuk Meminimalkan Biaya Dengan Menggunakan Metode Transportasi. Jurnal Universitas Malahayati, Bandar Lampung, Volume 4, Nomor 2.

Yanti, Sri Yuli. (2016). *Analisis Pelaksanaan Pengawasan Terhadap Distribusi Penyaluran Gas Pada PT. Tomimaru Gasindo Medan*. Skripsi, Fakultas Ekonomi, Universitas Dharmawangsa Medan.

