

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Distribusi adalah aktivitas pemasaran yang bertujuan untuk mempermudah penyampaian produk dari produsen ke konsumen. Distribusi juga disebut sebagai proses yang mencakup transportasi, penyimpanan serta penyaluran barang yang melibatkan pengiriman. Peran distributor dalam hal ini adalah menciptakan nilai dan mengalihkan kepemilikan produk. Oleh karena itu, distribusi merupakan kegiatan yang meningkatkan nilai produk dan layanan serta nilai tambah mewakili nilai guna, tempat dan waktu. Kegiatan penjualan biasanya terjadi sebagai bagian dari pemasaran. Aktivitas penjualan juga menghasilkan arus pemasaran atau arus penjualan.

PT SB adalah sebuah perusahaan industri yang bergerak dibidang produksi bahan makanan yaitu tepung panir yang sudah berdiri sejak tahun 2007 dan mampu menjual produknya hingga ke seluruh Indonesia. Sebagai produsen dan perusahaan *principle*, PT SB tidak dapat mendistribusikan produk miliknya sendiri dan harus menunjuk distributor di setiap pulau. CV ULI adalah salah satu distributor yang di tunjuk PT SB untuk dapat mendistribusikan atau mencakup pulau Sumatera. CV ULI mendistribusikan tepung panir di enam wilayah yang ada di pulau Sumatera yaitu Palembang, Jambi, Padang, Pekanbaru, Sumatera Utara, Aceh.

Dalam mendistribusikan produk tersebut, CV ULI mendapatkan target yang berbeda-beda disetiap wilayahnya yang sudah ditentukan oleh PT SB dengan batas persentase distribusi yaitu 80%. Penjualan produk juga dibatasi yaitu minimal pembelian 2 sak per *outlet*. Berikut merupakan target yang ditentukan PT SB untuk pulau Sumatera:

Tabel I.1.1 Target Distribusi CV ULI

No	Wilayah	Target (sak)
1	Palembang	700
2	Jambi	300
3	Padang	500
4	Pekanbaru	1.200
5	Sumatera Utara	6.800
6	Aceh	400

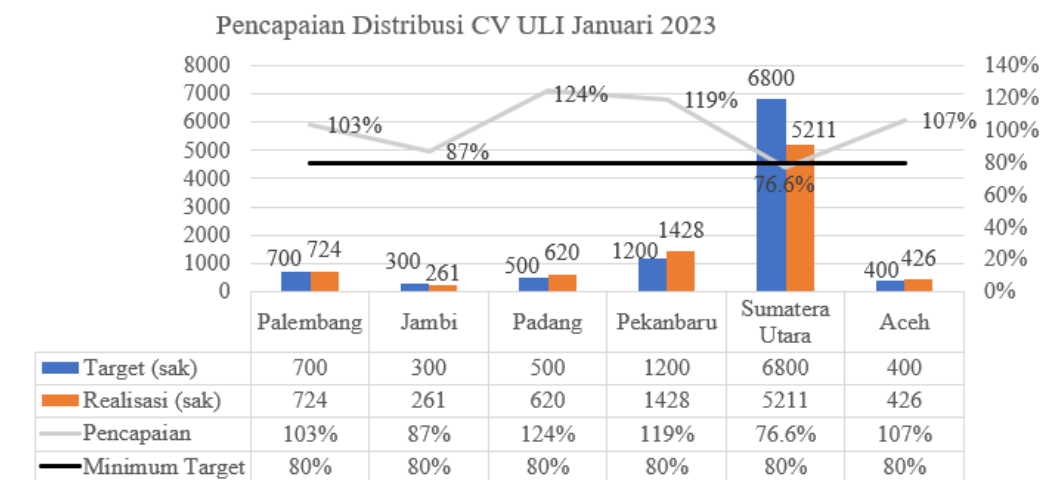
(Sumber: CV ULI)

Namun dalam menjalankan kegiatan perusahaan, dari beberapa wilayah yang dicakup oleh CV ULI masih ada beberapa wilayah yang belum mencapai target yang sudah ditentukan. Berikut merupakan data target dan realisasi pencapaian distribusi produk PT SB:

Tabel I.1.2 Pencapaian Distribusi CV ULI

No	Wilayah	Target (sak)	Realisasi (sak)	Pencapaian	Minimum Target
1	Palembang	700	724	103%	80%
2	Jambi	300	261	87%	80%
3	Padang	500	620	124%	80%
4	Pekanbaru	1200	1428	119%	80%
5	Sumatera Utara	6800	5211	76.6%	80%
6	Aceh	400	426	107%	80%

(Sumber: CV ULI)



Gambar I.1.1 Grafik Pencapaian Distribusi CV ULI

(Sumber: CV ULI)

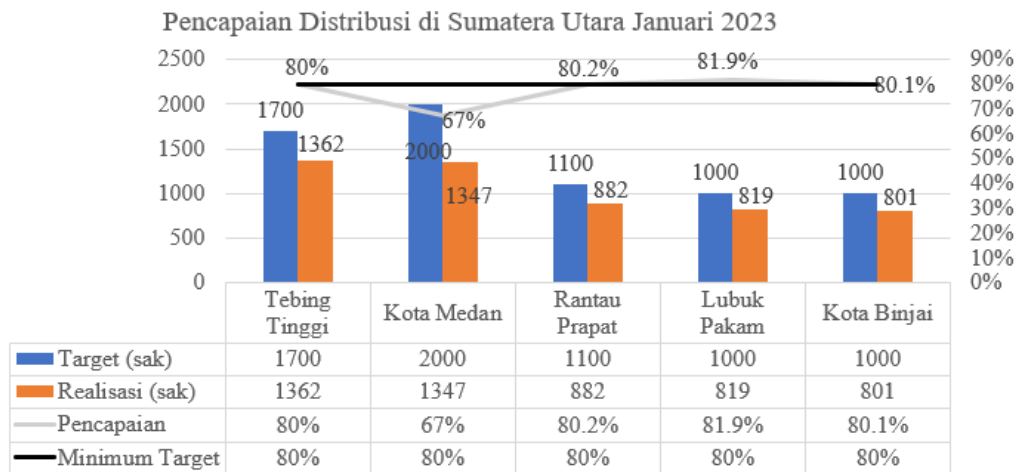
Dari data target dan realisasi diatas dapat dilihat bahwa pencapaian target paling tinggi ada di wilayah Padang dengan persentase 124% (melebihi target yang

ditentukan) dan pencapaian target paling rendah pada wilayah Sumatera Utara dengan persentase 76.6% (kurang dari target yang ditentukan). Maka dilakukan *breakdown* kembali untuk dapat melihat daerah yang paling mempengaruhi rendahnya persentase pencapaian target pada wilayah Sumatera Utara:

Tabel I.1.3 Pencapaian Distribusi CV ULI di Sumatera Utara

No	Wilayah	Target (sak)	Realisasi (sak)	Pencapaian	Min. Target
1	Palembang	700	724	103%	80%
2	Jambi	300	261	87%	80%
3	Padang	500	620	124%	80%
4	Pekanbaru	1200	1428	119%	80%
5	Sumatera Utara	6800	5211	76.6%	80%
	Tebing Tinggi	1700	1362	80%	80%
	Kota Medan	2000	1347	67%	80%
	Rantau Prapat	1100	882	80.2%	80%
	Lubuk Pakam	1000	819	81.9%	80%
	Kota Binjai	1000	801	80.1%	80%
6	Aceh	400	426	107%	80%

(Sumber: CV ULI)



Gambar I.1 2 Grafik Pencapaian Distribusi CV ULI di Sumatera Utara

(Sumber: CV ULI)

Dengan perbedaan persentase yang sangat signifikan maka dilakukan *breakdown* terhadap *salesman* yang bertanggung jawab atas pencapaian penjualan produk di Kota Medan dengan 321 *outlet* aktif.

Tabel I.1.4 Data Pencapaian Kota Medan

No	Keterangan	Target (sak)	Realisasi (sak)	Persentase Pencapaian	Minimum Target
1	<i>Salesman 1</i>	440	294	67%	80%
2	<i>Salesman 2</i>	390	267	68%	80%
3	<i>Salesman 3</i>	390	254	65%	80%
4	<i>Salesman 4</i>	390	273	70%	80%
5	<i>Salesman 5</i>	390	259	66%	80%
Total		2.000	1.347	67%	80%

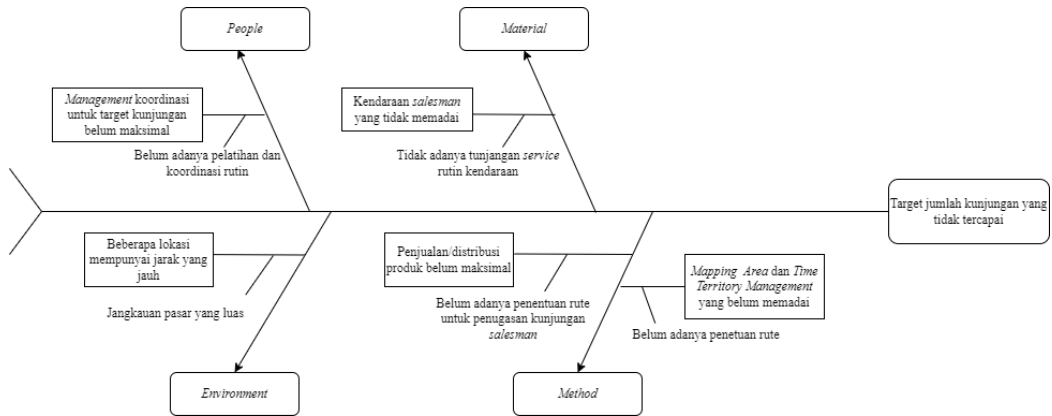
(Sumber: CV ULI)

Tabel I.1. 5 Data Kunjungan *Salesman*

No	Keterangan	Target Kunjungan Awal Bulanan	Realisasi Kunjungan Bulanan
1	<i>Salesman 1</i>	288 <i>outlet</i>	132 <i>outlet</i>
2	<i>Salesman 2</i>	280 <i>outlet</i>	124 <i>outlet</i>
3	<i>Salesman 3</i>	264 <i>outlet</i>	112 <i>outlet</i>
4	<i>Salesman 4</i>	244 <i>outlet</i>	124 <i>outlet</i>
5	<i>Salesman 5</i>	208 <i>outlet</i>	128 <i>outlet</i>

(Sumber: CV ULI)

Persentase pencapaian *salesman* diatas tidak mencapai batas minimum PT SB yaitu 80% disebabkan oleh *salesman* yang tidak terstruktur dalam mengunjungi setiap *outlet* yang bekerja sama dengan PT SB yang mengharuskan setiap *salesman* mengunjungi setiap *outlet* setiap minggunya. Oleh karena itu, penulis melakukan identifikasi penyebab CV ULI tidak dapat mencapai target yang sudah ditentukan. Identifikasi dilakukan menggunakan *fishbone diagram* agar dapat mengetahui akar permasalahan dengan melihat *symptom* (gejala) yang ada. Dibawah ini merupakan hasil analisis *fishbone diagram*:



Gambar I.1 3 *Fishbone Diagram*

Tabel I.1.6 Analisis Lanjutan *Fishbone Diagram* CV ULI

Permasalahan Utama	Kategori Penyebab Permasalahan	Sub Kategori Penyebab Permasalahan
Target Tidak Tercapai	<i>People</i>	<i>Management</i> koordinasi untuk target kunjungan belum maksimal karena belum adanya pelatihan dan koordinasi rutin
	<i>Material</i>	Kendaraan yang tidak memadai karena tidak adanya tunjangan <i>service</i> rutin kendaraan
	<i>Environment</i>	Beberapa lokasi mempunyai jarak yang jauh karena jangkauan pasar yang luas
	<i>Method</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Penjualan/distribusi produk belum maksimal karena belum adanya penentuan rute untuk penugasan kunjungan <i>salesman</i> • <i>Mapping area</i> dan <i>time territory management</i> yang belum memadai karena belum adanya penentuan rute

Berdasarkan *Fishbone diagram* yang mengidentifikasi akar permasalahan yang ada pada CV ULI terdapat alternatif solusi sebagai berikut:

Tabel I.1.7 Analisis Alternatif Solusi Permasalahan CV ULI

No	Akar Permasalahan	Alternatif Solusi	Menurut
1	<i>Management</i> koordinasi untuk target kunjungan belum maksimal	Bahan utama untuk penjualan yang efektif adalah <i>knowledge</i> . <i>Salesman</i> memerlukan strategi penjualan dan pengetahuan tentang strategi mana yang paling cocok untuk setiap situasi penjualan tertentu. Sehingga, dengan memberikan <i>training</i> rutin dan melakukan evaluasi setelah <i>salesman</i> selesai melakukan kunjungan dapat meningkatkan dan mengembangkan kualitas <i>salesman</i> .	(Inuzuka, 2021)
2	Kendaraan <i>salesman</i> yang tidak memadai karena tidak adanya tunjangan <i>service</i> rutin kendaraan	Dengan menerapkan manajemen kompensasi yang layak, perusahaan dapat menjembatani kesenjangan antara kepentingan perusahaan dan kepentingan karyawan atau <i>salesman</i> . Ini	(Sarman Sinaga, 2020)

No	Akar Permasalahan	Alternatif Solusi	Menurut
		<p>akan membantu mencapai tujuan strategis perusahaan secara efektif dengan memastikan bahwa karyawan juga merasa dihargai dan diperlakukan secara adil dalam hal kompensasi.</p>	
3	<p>Beberapa lokasi mempunyai jarak yang jauh karena jangkauan pasar yang luas</p>	<p>Melakukan analisis pasar dan segmentasi yang komprehensif dapat membantu mengenali segmen pasar yang memiliki potensi dan memahami dengan baik kebutuhan pasar. Dengan pemahaman yang lebih mendalam tentang pasar yang ingin dituju, perusahaan dapat merancang strategi pemasaran yang sesuai untuk mencapai dan memenuhi kebutuhan pelanggan di setiap segmen secara efektif.</p>	<p>(Kotler & Armstrong, 2018)</p>

No	Akar Permasalahan	Alternatif Solusi	Menurut
4	<i>Mapping area dan time and territory management</i> yang belum memadai karena belum adanya penentuan rute	Pada kegiatan transportasi, penentuan rute adalah permasalahan yang menyangkut bagaimana mengatur urutan pelanggan yang akan didatangi dengan berawal dan berakhir pada depot. Jika waktu kedatangan dan kepergian juga ditentukan, permasalahan ini menjadi permasalahan penugasan. Permasalahan penugasan disini menyangkut pula aspek waktu pengiriman yang selanjutnya aspek ini menjadi tambahan pada rute angkut.	(Chopra & Meindl, 2016)
	Penjualan/distribusi produk belum maksimal karena belum adanya penentuan rute untuk penugasan kunjungan <i>salesman</i>	Melakukan penugasan kunjungan <i>salesman</i> karena penugasan yang baik dapat menentukan produktivitas tenaga	(Maylina & Saleh, 2018)

No	Akar Permasalahan	Alternatif Solusi	Menurut
		kerja dalam melaksanakan pekerjaan sehingga pelaksanaan pekerjaan dapat terselesaikan dan pemenuhan permintaan dapat tercapai tepat waktu.	

Oleh karena itu, dibutuhkan sebuah perancangan untuk menentukan rute yang optimal dalam melakukan distribusi produk agar pendistribusian lebih efektif dan efisien sesuai urutan rute dan waktu kerja *salesman*.

I.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, berikut ini merupakan rumusan masalah yang terdapat di CV ULI:

1. Bagaimana penentuan rute kunjungan *salesman* sehingga dapat mencapai target yang sudah ditentukan oleh PT SB?

I.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah:

1. Mendapatkan penentuan rute kunjungan *salesman* sehingga dapat mencapai target yang sudah ditentukan oleh PT SB.

I.4 Batasan dan Asumsi Penelitian

Batasan penelitian digunakan agar berfokus untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Berikut merupakan batasan dan asumsi penelitian pada permasalahan di CV ULI:

1. Penelitian ini berfokus pada CV ULI sebagai distributor dan menggunakan data di bulan Januari 2023.
2. Penelitian ini hanya berfokus pada tempat dengan pencapaian target paling rendah yaitu Pulau Sumatera terutama Kota Medan.
3. Penelitian ini mengikuti ketentuan dan kebijakan perusahaan.

4. Dalam penelitian ini setiap kunjungan dapat menghasilkan minimal 2 sak pembelian
5. Penelitian ini mempunyai waktu layanan *salesman* 15 menit/*outlet* dengan kecepatan setiap kendaraan 40km/jam.
6. Penelitian ini tidak mempertimbangkan kemacetan lalu lintas dan kapasitas muatan *salesman*.

I.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dilakukannya penelitian ini yaitu:

1. Bagi perusahaan yaitu dapat memberikan *feedback* atau *insight* bagi CV ULI sehingga dapat meningkatkan pencapaian target yang sudah ditentukan oleh PT SB.
2. Bagi akademik dan penulis yaitu penelitian ini dapat dijadikan acuan atau referensi maupun penelitian yang lebih baik lagi untuk mahasiswa-mahasiswi Telkom University dengan topik yang sama.

I.6 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika laporan penelitian ini disusun sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan

Pada bab pendahuluan ini berisikan tentang latar belakang permasalahan yang ada di CV ULI terkait masih adanya beberapa wilayah yang belum dapat mencapai target. Selain itu juga terdapat *tools-tools* yang digunakan untuk mengidentifikasi lebih jauh tentang akar permasalahan sehingga didapatkan *point-point* penting untuk melanjutkan penelitian. Bab ini juga dilengkapi rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah dan sistematika penulisan.

Bab II Tinjauan Pustaka

Pada bab tinjauan pustaka terdapat dasar teori manajemen distribusi dan transportasi, distribusi dan saluran distribusi, *vehicle routing problem*, *integer linear programming* dan metode penyelesaian masalah yang mempunyai korelasi dengan permasalahan yang terjadi maupun metode yang digunakan untuk menyelesaikan permasalahan yang ada di CV ULI. Bab ini bertujuan untuk menggali teori lebih dalam terkait pelaksanaan dan perancangan hasil penelitian.

Bab III Metodologi Perancangan

Pada bab III tentang metodologi perancangan berisi alur *input, process* dan *output* yang digunakan dalam penelitian. Terdapat juga tahapan-tahapan yang dilakukan dalam menyelesaikan masalah dan rancangan pengumpulan data yang dilakukan.

Bab IV Perancangan Sistem

Bab ini menampilkan data perusahaan yang dijadikan alat pendukung untuk menyelesaikan penelitian ini. Dilakukan juga perancangan sistem dari permasalahan yang diangkat dan metode yang dipilih untuk dapat membantu melakukan perancangan. Dalam perancangan sistem ini terdapat hasil atau solusi yang kemudian dilakukan verifikasi dan validasi yang diusulkan penulis untuk perusahaan.

Bab V Analisis Hasil Perancangan

Pada bab ini dilakukan analisis terkait hasil perancangan sistem yang telah dilakukan pada bab sebelumnya. Setelah itu adanya perhitungan kondisi usulan yang kemudian dilakukan perbandingan kondisi awal dengan kondisi usulan sehingga mendapatkan nilai kenaikan setelah dilakukannya perancangan.

Bab VI Kesimpulan dan Saran

Pada tahap akhir yaitu tahap kesimpulan dan saran. Pada tahap ini berisikan hasil kesimpulan dari penelitian usulan yang penulis lakukan dalam menyelesaikan masalah yang ada. Tahap ini juga berisikan saran untuk penelitian selanjutnya dan perusahaan agar dapat lebih baik lagi.