



PAPER – OPEN ACCESS

## Peran Lokasi Perusahaan dalam Efektifitas Pendistribusian Produk

Author : A Herlambang dan J Hidayati  
DOI : 10.32734/ee.v2i4.667  
Electronic ISSN : 2654-704X  
Print ISSN : 2654-704X

*Volume 2 Issue 4 – 2019 TALENTA Conference Series: Energy & Engineering (EE)*



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/).

Published under licence by TALENTA Publisher, Universitas Sumatera Utara



# Peran Lokasi Perusahaan dalam Efektifitas Pendistribusian Produk

*(The Role of Company Locations in the Effectiveness of Product Distribution)*

A Herlambang, J Hidayati

*Magister Industrial Engineering, Universitas Sumatera Utara*

herlambangandri53@gmail.com

## **Abstrak**

Semakin tingginya permintaan baja saat ini menjadi perhatian produsen untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas dalam mendistribusikan produknya. Tidak tercapainya target pengiriman produksi yang telah ditetapkan dapat memberikan dampak negatif bagi perusahaan. Hal ini sekaligus dilakukan dalam meningkatkan pelayanan kepada konsumen sehingga produk menjadi kompetitif. Oleh karena itu perlu pemilihan dan penentuan lokasi pabrik atau tempat yang turut memberikan peranan dalam pendistribusian produk sampai ke produsen menjadi tepat waktu. Oleh karena itu perlulah dilakukan studi empiris yang lebih mendalam dalam menerapkan strategi ini. Berdasarkan hasil penelitian ini diharapkan pembaca dapat mengimplematasikan strategi ini sesuai dengan kebutuhan perusahaan manufaktur atau industri kecil dan menengah.

Katat kunci : strategi; scm; produk baja;

## **Abstract**

*The current high demand for steel is a concern for producers to increase efficiency and effectiveness in distributing their products. Not achieving the specified production delivery targets can have a negative impact on the company. This is done at the same time in improving services to consumers so that products become competitive. Therefore it is necessary to select and determine the location of the factory or place that also provides a role in the distribution of products to the producers to be on time. Therefore it is necessary to conduct a more in-depth empirical study in implementing this strategy. Based on the results of this study readers are expected to be able to implement this strategy in accordance with the needs of manufacturing companies or small and medium industries.*

*Keywords: strategy; scm; steel products;*

## **1. Pendahuluan**

Rantai pasok manajemen atau supply chain management dalam Industri Manufaktur merupakan kegiatan mengkonversikan berbagai bahan mentah serta bahan-bahan pendukungnya menjadi barang jadi dan mendistribusikannya kepada pelanggan. Oleh karena itu bagi perusahaan manufaktur, kegiatan Supply chain atau Rantai Pasok ini perlu dijalankan dengan efektif dan efisien, karena hal ini berkaitan dengan tujuan akhir dari suatu perusahaan.

Dalam mengatur atau mengelola rantai pasok atau supply chain pada perusahaan manufaktur sebenarnya telah didefinisikan dalam Manajemen Rantai Pasokan atau Supply Chain Management (SCM). Pujawan (2017) supply chain adalah seluruh jaringan perusahaan yang secara bersama-sama berperan aktif untuk menciptakan dan mengantarkan

suatu produk ke pelanggan dan supply chain management merupakan metode, alat atau pendekatan dalam pengelolaannya[1].

Meher Jerbi (2009) mengatakan bahwa untuk membuat SCM yang sukses atau berhasil yang baik maka manajemen harus memiliki komitmen standar yang tinggi dan waktu pengiriman atau leadtime yang baik. Secara mengurangi persediaan kualitas produk kelas dunia dan mengurangi proses produk yang kompleks[2]. Sehingga hal ini menuntut perusahaan manufakturing khususnya industri baja harus memiliki strategi yang tepat untuk mendistribusikan produknya hingga sampai ke tangan pelanggannya. Salah satu perusahaan manufakturing yang menerapkan SCM adalah pada industri baja pada PT XYZ di Indonesia. Dimana Indonesia memiliki wilayah yang cukup luas dan dipisahkan oleh lautan menjadi tantangan yang berat bagi perusahaan tersebut. Berdasarkan penjelasan diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah strategi apa yang tepat untuk mendistribusikan produk baja hingga sampai ke tangan pelanggan.

## **2. Tinjauan Pustaka**

Adapun beberapa literatur menyatakan bahwa salah satunya dari Khuramm Aziz at.al (2017) supply chain management adalah sebuah pengaruh yang sangat besar dalam keberhasilan sebuah perusahaan[3] sehingga supply chain mangement meliputi koordinasi, penjadwalan dan pengendalian terhadap pengadaan, produksi, persediaan dan pengiriman produk ataupun layanan jasa kepada pelanggan yang mencakup administrasi harian, operasi, logistik dan pengolahan informasi mulai dari pelanggan hingga ke pemasok.

Sedangkan dari Janvier (2012) supply chain dan supply chain management keduanya mempunyai peranan yang sangat signifikan dalam efisiensi dan efektifitas dalam distribusi manajemen[4]. Untuk defenisi lainnya yang lebih sederhana, Supply Chain Management atau Manajemen Rantai Pasokan adalah mekanisme yang menghubungkan semua pihak yang bersangkutan dan kegiatan yang terlibat dalam mengkonversikan bahan mentah menjadi barang jadi. Pihak yang bersangkutan ataupun kegiatan yang dimaksud tersebut bertanggung jawab untuk memberikan barang-barang jadi hasil produksi kepada pelanggan pada waktu dan tempat yang tepat dengan cara yang paling efisien.

Hayati (2014) Supply Chain Management adalah pengelolaan dari berbagai kegiatan untuk memperoleh bahan mentah yang menjadi tujuan utama, sehingga seluruh kegiatan bertransformasi menjadi produk dalam proses, kemudian menjadi produk jadi dan diteruskan dengan pengiriman kepada konsumen melalui sistem distribusi. Semua kegiatan yang dilakukan mencakup pembelian secara tradisional dan berbagai kegiatan penting lainnya yang berhubungan dengan supplier dan distributor. Adapun pentingnya strategi supply chain management mempunyai tahapan, salah satunya strategi atau desain supply chain, penentuan struktur supply chain dan proses yang akan dilakukan pada tiap stage dalam waktu jangka panjang. Struktur ini menjelaskan konfigurasi supply chain untuk kedepannya dan bagaimana strategi/desain akan dialokasikan serta proses apa saja yang akan berjalan pada setiap stage. Keputusan strategis supply chain mencakup:

- Lokasi dan kapasitas fasilitas
- Produk yang akan dibuat atau disimpan
- Modal transportasi
- Sistem informasi

Beberapa hal tersebut yang menjadi kunci atau peran utama dalam keberhasilan suatu perusahaan atau industri dalam menjalankan pendistribusian produk[5]. Dewitt,at.al (2006) menunjukkan kaitan positif dari pelaksanaan dalam rantai pasokan yang terintegrasi dalam cluster yang terkonsentrasi secara geografis[6].

Keputusan lokasi fasilitas memainkan peran penting dalam desain strategis rantai pasokan jaringan, T, Melo (2007) dalam perencanaan rantai pasok strategis. Secara khusus, terintegrasi keputusan lokasi dengan keputusan lain yang relevan dengan desain jaringan rantai pasokan[7].

Hal ini dikatakan juga Sila at.al (2006) SCM juga mensyaratkan pengambilan keputusan tentang lokasi fasilitas produksi, produk mana yang diproduksi, bagaimana memproduksinya, dan akhirnya, bagaimana mendistribusikan produk-produk ini[7].

### 3. Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada tahun 2017 dengan menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan cara observasi dan wawancara.

### 4. Hasil dan pembahasan

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara di lapangan maka dapat diketahui bahwa strategi supply chain management yang dilakukan perusahaan baja ini adalah bahwa salah satu faktor yang cukup penting dalam mengelola supply chain yaitu mendapatkan informasi yang akurat tentang permintaan produk di pasar. Kita dapat mengetahui apa yang diinginkan oleh pasar dengan beberapa cara antara lain melakukan riset pasar, pesanan dari pelanggan, feedback dari pelanggan, informasi dari pemangku kepentingan yang lain dan sebagainya.

Informasi mengenai permintaan pasar dapat dijadikan perusahaan atau pabrik dalam membuat desain produk termasuk bahan baku yang dibutuhkan untuk membuat produk tersebut serta siapa yang akan menjadi pemasoknya. Pada tahap inilah kemudian perusahaan atau pabrik membuat kontrak pengadaan dengan pemasok. Kontrak pengadaan ini harus mencatumkan semua syarat dan kondisi yang diinginkan secara jelas, terutama masalah spesifikasi, jadwal pengiriman dan pembayaran. Sebaiknya perusahaan atau pabrik mendapatkan contoh bahan baku sebelum membuat kontrak pengadaan.

Setelah itu kita masuk ke proses manufaktur. Pada tahap ini produksi dilakukan berdasarkan pada informasi permintaan pasar yang telah dibuat sebelumnya. Proses manufaktur ini sebaiknya dibuat fleksibel dan efisien untuk dapat merespon jika ada perubahan pasar. Proses manufaktur ini terdiri dari beberapa bagian yang penting, antara disain produk, jadwal produksi, kontrol kualitas serta fasilitas pengaturan lainnya seperti penanganan produk, pengemasan, penyimpanan dan rencana pengiriman.

Secara garis besar kita bisa melihat prosesnya seperti di bawah ini:

Dengan demikian manajemen persediaan (*Inventory*) sangatlah diperlukan karena bahan mentah dan bahan pendukung yang telah diterima oleh pabrik akan diperiksa kualitas dan ketepatan jumlahnya kemudian disimpan di dalam gudang untuk kebutuhan produksi. Di PT XYZ telah berkomitmen dengan pemasok dalam mensupply bahan baku atau bahan mentahnya, jika dalam kondisi tertentu pihak pemasok tidak dapat mensupport untuk pengadaan bahan bakunya maka pihak PT XYZ akan meminta support dengan group perusahaannya yang berada di pasifik. Seperti di Vietnam atau Australia langsung, apalagi sekarang sudah joint venture dengan salah satu perusahaan baja dari Jepang.

Sehingga disini juga bisa ditambahkan bahan material dari pengadaan atau persediaan merupakan suatu proses untuk mendapatkan barang atau jasa dari pihak lain. Proses tersebut meliputi seluruh aktifitas yang dilakukan dari tahap awal sampai tahap akhir untuk mendapatkan barang atau jasa tersebut. Biasanya dimulai dari identifikasi apa yang dibutuhkan, melakukan survei atau kajian pasar, mendapatkan contoh barang yang diinginkan sesuai dengan spesifikasinya, melakukan proses tender, membuat kontrak pengadaan, melakukan pemesanan termasuk mengatur masalah logistiknya (transport & gudang jika perlu), memonitor posisi barang atau jasa tersebut sampai dengan mengevaluasi performa dari pemasok. Hampir sama dengan misi logistik, pengadaan mempunyai misi untuk mendapatkan barang atau jasa dengan jumlah dan kualitas yang tepat, pada waktu dan tempat yang tepat serta dari sumber yang tepat dengan harga yang tepat juga.

Transportasi hasil produk PT XYZ mereka menggunakan jalur darat dan laut, untuk wilayah yang masih dijangkau untuk menggunakan moda transportasi darat, jika sudah tidak memungkinkan maka pengangkutan hasil produksi akan menggunakan transportasi udara.

Bagian ini kita kenal dengan nama Logistik yang merupakan bagian yang sangat penting dalam supply chain. Logistik melibatkan banyak pihak. Bayangkan saja, seandainya pabrik kita berada di Bandung – Indonesia, dan pengedarnya berada di luar negeri, misalkan di California – USA. Berapa banyak jalur yang harus dilalui, dari Bandung harus dikirim ke Jakarta melalui jalan darat,

kemudian dikirimkan ke USA melalu laut atau udara, belum lagi masalah bea dan cukai baik di negara asal maupun negara tujuan. Sudah pasti banyak modal yang diperlukan, baik untuk transport itu sendiri maupun untuk yang lainnya

seperti pembayaran kepada seluruh personil yang terlibat, pembayaran bea & cukai serta sistem atau infrastruktur informasi yang dibutuhkan.

Kembali ke bagian logistik, ada dua komponen penting, yaitu transport dan gudang atau penyimpanan. Dari ilustrasi di bawah ini kita dapat melihat bahwa transportasi dapat dilakukan lewat udara, laut, darat dan kereta api juga. Faktor penting yang harus diperhatikan adalah bagaimana membuat suatu sistem pengiriman yang efisien dengan biaya yang terjangkau. Pemilihan jenis transportasi yang akan digunakan dan siapa yang akan menjadi transporternya merupakan hal yang krusial. Kita akan melihat lebih jauh mengenai transport pada bagian Logistics dalam blog ini. Komponen kedua adalah gudang atau tempat penyimpanan. Faktor penting yang harus dilihat dalam bagian ini antara lain:

- Apa yang akan disimpan
- Kapan akan disimpan
- Berapa jumlah barang yang akan disimpan
- Bagaimana cara menangani barang yang akan disimpan
- Kapan barang tersebut akan dikirimkan kembali

Sama seperti transport, kita akan melihat lebih jauh mengenai gudang atau tempat penyimpanan pada bagian logistik. Hal ini dapat dilihat hasil produk dari PT XYZ yang dihasilkan. Departemen pengiriman atau shipping departemen akan mengatur waktu keberangkatan barang jadi (*finished Product*) yang digudang tersebut sesuai dengan jadwal yang diinginkan pelanggan.

## Referensi

- [1] Pujawan, I Nyoman, & Mahendrawathi. (2017) “*Supply Chain Management*, lengkap membahas strategi perancangan operasional dan perbaikan supply chain untuk mencapai daya saing,” *Edisi 3*: 4–5.
- [2] Filippini, Massimo, and Lester C. Hunt. (2012) “US residential energy demand and energy efficiency: A stochastic demand frontier approach.” *Energy Economics* **34** (5): 1484–1491.
- [3] Weyman-Jones, Thomas, Jùlia Mendonça Boucinha, and Catarina Feteira Inácio. (2015) “Measuring electric energy efficiency in Portuguese households: a tool for energy policy.” *Management of Environmental Quality: An International Journal* **26** (3): 407–422.
- [4] Saunders, Harry (2009) “Theoretical Foundations of the Rebound Effect”, in Joanne Evans and Lester Hunt (eds) *International Handbook on the Economics of Energy*, Cheltenham, Edward Elgar
- [5] Sorrell, Steve (2009) “The Rebound Effect: definition and estimation”, in Joanne Evans and Lester Hunt (eds) *International Handbook on the Economics of Energy*, Cheltenham, Edward Elgar