

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Secara umum, dalam kurun waktu dua tahun terakhir ini, perekonomian Indonesia masih menunjukkan kondisi yang kurang menguntungkan, karena adanya perubahan dan gejolak ekonomi yang luar biasa pada pertengahan tahun 1997. Pertumbuhan ekonomi negatif masih berlanjut pada awal tahun 1999. Sepanjang tahun 1998 hampir semua lapangan usaha mengalami gangguan, kecuali pada sektor pertanian, kehutanan, listrik, gas, pertambangan dan air bersih. Pada tahun 2002 ini, sektor yang masih mengalami dampak dari situasi perekonomian sudah jauh berkurang, sektor yang mengalami krisis ekonomi dan moneter hanyalah sektor keuangan.

Seiring dengan membaiknya perekonomian negara-negara di dunia, khususnya negara-negara berkembang, antara lain Indonesia dan didukung oleh kemajuan ilmu pengetahuan, teknologi, informasi dan komunikasi, mendorong banyak calon investor yang hendak menanamkan modalnya, sehingga mulai banyak dibangun pabrik-pabrik di berbagai kawasan industri atau di tempat-tempat yang memungkinkan. Di samping itu, di dalam menyongsong diberlakukannya Pasar Bebas (AFTA / *ASEAN Free Trade Association*) yang diperkirakan akan dimulai pada tahun 2003, dan agar dapat bersaing di dalamnya, maka perusahaan harus menciptakan suatu produk yang mempunyai tiga sifat, yaitu : fleksibel, produk yang bermutu dan harga yang bersaing (*cost effective*). Konsumen adalah kunci keberhasilan dalam mengatasi persaingan, oleh karena itulah produk yang dihasilkan harus bersifat fleksibel yaitu dapat memenuhi perubahan selera konsumen, bermutu yaitu dapat memenuhi dan memuaskan kebutuhan konsumen dan produk tersebut harus dibuat dengan biaya seekonomis mungkin (*cost effective*). Salah satu cara yang diyakini dapat meminimalkan biaya produksi dan menghasilkan suatu harga yang dapat bersaing adalah dengan mencari jaringan distribusi yang akurat dan efektif sehingga produk yang dihasilkan dapat sampai ke tangan konsumen dengan tepat waktu.

Apabila suatu perusahaan mengharapkan pembeli setia kepada produk yang mereka jual, perusahaan dapat menyalurkan produk tersebut sampai ke lokasi yang diinginkan atau yang terdekat dengan pembeli. Dengan demikian pembeli tidak akan kesulitan mendapatkan produk tersebut setiap saat mereka membutuhkannya.

Kegiatan distribusi merupakan suatu kegiatan yang mengantarkan suatu produk dari produsen sampai ke lokasi yang dikehendaki atau terdekat dengan pembeli, sarat oleh berbagai macam kegiatan pemasaran. Untuk melaksanakan fungsi pemasaran yang satu ini diperlukan sumber daya manusia dan dana dalam jumlah yang substansial. Di samping itu diperlukan sarana fisik distribusi, pengetahuan tentang produk, daerah pemasaran, persaingan pasar dan pembeli di masing-masing daerah pemasaran.

Saluran distribusi adalah saluran yang digunakan oleh produsen untuk menyalurkan suatu produk sampai ke tangan konsumen atau berbagai aktivitas perusahaan yang mengupayakan agar suatu produk dapat sampai ke tangan konsumen. Saluran distribusi ini penting, karena produk yang telah dibuat dan harganya yang sudah ditetapkan itu masih menghadapi masalah, yakni harus disampaikan kepada konsumen. Para penyalur dapat menjadi alat bagi perusahaan untuk mendapatkan umpan balik dari konsumen di pasar. Penentuan jumlah penyalur juga merupakan masalah yang penting untuk dipertimbangkan. Kesalahan dalam menentukan jumlah penyalur akan mendatangkan persoalan baru bagi perusahaan. Bila jumlah penyalur terlalu sedikit menyebabkan penyebaran produk menjadi kurang luas, sedangkan jumlah penyalur yang terlalu banyak akan mengakibatkan pemborosan waktu, perhatian dan biaya. Besarnya biaya distribusi juga sangat tergantung dari banyaknya produk yang dipesan, di mana semakin banyak produk yang dipesan, biaya distribusi juga semakin tinggi demikian pula sebaliknya.

PT. Lasindo Metal Nusasejati, merupakan suatu perusahaan yang bergerak dalam bidang pembuatan kawat las / *welding electrodes*. Di dalam pendistribusian produknya, PT. Lasindo Metal Nusasejati telah menjangkau berbagai daerah baik di Pulau Jawa maupun di luar Pulau Jawa, sedangkan untuk ekspor sementara ini hanya ke negara Taiwan saja. Tetapi dalam kenyataannya, untuk daerah-daerah

tertentu seringkali produk tidak dapat sampai ke tangan konsumen dengan tepat waktu. Oleh sebab itulah Penulis tertarik untuk mengangkat topik ANALISIS JARINGAN KERJA PRODUKSI DAN DISTRIBUSI DALAM RANGKA MENUNJANG PENJUALAN KAWAT LAS TIPE KS-R DI PT. LASINDO METAL NUSASEJATI, KAWASAN INDUSTRI LIPPO CIKARANG, BEKASI sebagai Tesis, yang berbasis pada masalah-masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana sistem jaringan kerja pada proses produksi kawat las tipe KS-R di PT. Lasindo Metal Nusasejati?
2. Bagaimana bentuk saluran distribusi kawat las tipe KS-R di PT. Lasindo Metal Nusasejati?
3. Bagaimana kontribusi biaya distribusi terhadap biaya total antara wilayah Jabotabek dan luar Jabotabek?
4. Apakah jumlah pesanan mempengaruhi biaya distribusi kawat las tipe KS-R?

B. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui :

1. Sistem jaringan kerja pada proses produksi kawat las tipe KS-R di PT. Lasindo Metal Nusasejati.
2. Bentuk saluran distribusi kawat las tipe KS-R di PT. Lasindo Metal Nusasejati.
3. Kontribusi biaya distribusi terhadap biaya total antara wilayah Jabotabek dan luar Jabotabek.
4. Pengaruh jumlah pesanan terhadap biaya distribusi kawat las tipe KS-R.

Manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Dapat menentukan jalur kritis dari keseluruhan proses produksi kawat las tipe KS-R.
2. Dapat menentukan efisiensi dan efektifitas penjualan kawat las tipe KS-R.
3. Dapat diperoleh perbandingan wilayah penjualan yang paling efektif untuk kawat las tipe KS-R.
4. Dapat dilakukan pengkajian terhadap kebijakan jumlah pesanan kawat las tipe KS-R pada masing-masing distributor.