

# PENGARUH DISTRIBUSI FISIK TERHADAP PENJUALAN PUPUK NPK MEREK MAHKOTA (STUDI KASUS: PT. SENTANA ADIDAYA PRATAMA)

KIKI FOTEDI PRAMONO\*, CHAIRUL MULUK,\*\*  
NAZARUDDIN\*\*\*

\*Alumnus Pascasarjana Manajemen Universitas Sumatera Utara Medan \*\*Dosen Pascasarjana Universitas Sumatera Utara Medan \*\*\*Dosen Pascasarjana Universitas Sumatera Utara Medan

Email: [kikifotedipramono@gmail.com](mailto:kikifotedipramono@gmail.com) Email: [chairulmuluk@gmail.com](mailto:chairulmuluk@gmail.com)  
Email: [nazaruddin@gmail.com](mailto:nazaruddin@gmail.com)

## **Abstract:**

*The pattern of this policy requires the placement of inventory at each location, and placement of such supplies require a good handling so that supplies can be optimal, meaning that it can meet the demands of existing demand without storage is too great which causes buildup in the warehouse which resulted in high cost savings and possibilities the greater the damage to the product. PT. Sentana Superpower Pratama (PT. SADP) is engaged in the domestic Agrochemical, with products such as fertilizers and pesticides. Products PT. SADP 90% is aimed at consumers of the companies of oil palm plantations. With a distribution system that exists today in the PT. SADP frequent delays in product availability branch warehouse, so sending fertilizer to customers late and cause complaints and claims from customers. The purpose of this paper is to analyze the influence of distribution channels and physical distribution which consists of processing reservations, inventory control, handling of goods, warehousing and transportation of the Crown brand NPK fertilizer sales at PT. SADP. In this study, the population in question are all customers of PT. SADP status is still actively buying NPK fertilizer from time to time, these customers consist of oil palm plantation companies large and small plantations, its number is 985 customers. Methods to determine samples with Isaac formula and Michael with a sample of 212 samples. The results of writing is: independent variable that is processing the booking (X1), inventory control (X2), handling of goods (X3), warehousing (X4), and transport (X5) simultaneously have a positive and significant impact on the dependent variable, namely the sale of NPK brand crown in PT. SADP. Partial testing of mind that the inventory control, ordering processing, handling of goods and transport significantly influence brand NPK fertilizer sales crown, and warehousing no significant effect on the brand NPK fertilizer sales crown.*

**Keywords:** Distribusi Fisik dan Penjualan Pupuk NPK.

## **PENDAHULUAN**

Masalah distribusi seringkali menjadi kendala terbesar terutama bagi perusahaan yang memproduksi produknya secara masal. Semakin luas wilayah pemasaran, semakin banyak pula kendala yang dihadapi sehingga perlu pembagian wilayah

pemasaran pada setiap area dengan penempatan cabang-cabang ataupun

distributor. Pola kebijakan ini memerlukan penempatan persediaan pada setiap lokasi, dan penempatan persediaan tersebut memerlukan penanganan yang baik agar persediaan dapat optimal, artinya dapat memenuhi tuntutan permintaan yang ada tanpa melakukan penyimpanan yang terlalu besar yang menyebabkan terjadinya penumpukan pada gudang yang berakibat pada tingginya biaya simpan dan kemungkinan terjadinya kerusakan produk semakin besar.

PT. Sentana Adidaya Pratama (PT. SADP) adalah PMDN yang bergerak di bidang *Agrochemical*, dengan produk berupa pupuk dan pestisida. Produk PT. SADP 90% ditujukan untuk konsumen dari perusahaan-perusahaan perkebunan kelapa sawit. PT. SADP merupakan anak perusahaan dari Wilmar Group. Bisnis utama dari Wilmar Group sendiri adalah di bidang industri minyak sawit, mulai dari hulu sampai hilir, dimulai dari perkebunannya sampai produk-produk hilir dari hasil pengolahan minyak kelapa sawit seperti biodiesel, *speciality fat*, minyak goreng, dll.

PT. SADP awalnya merupakan perusahaan pendukung untuk memenuhi kebutuhan pupuk dari perkebunan Wilmar Group, namun seiring bertambahnya luasan perkebunan kelapa sawit di Indonesia perusahaan ini berkembang tidak hanya menjual produknya ke sesama perusahaan dalam Wilmar Group, tapi juga kepada perusahaan-perusahaan perkebunan lainnya baik swasta maupun milik pemerintah (BUMN).

Menurut Tjiptono (2000) secara garis besar, 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 (jenis, jumlah, harga, tempat, dan saat dibutuhkan). Cravens (1996) menyatakan saluran distribusi menghubungkan pemasok dan produsen dengan pengguna akhir barang atau jasa. Strategi distribusi berkenaan dengan bagaimana sebuah perusahaan menjangkau pasar Sasarannya. Stanton (1996) mengemukakan distribusi sebagai sekelompok lembaga yang me-

laksanakan keseluruhan fungsi untuk mengalihkan produk disertai hak miliknya dari fungsi lingkungan konsumsi. Menurut Kotler (2000) dalam bukunya *Princip- le Of Marketing* distribusi adalah aktifitas perusahaan agar produk atau jasa mudah didapatkan oleh konsumen sarasanya. Sistem distribusi pada PT. SADP dihadapkan pada beberapa masalah yang berhubungan dengan penjadwalan pengiriman dan penentuan kuantiti produk yang harus didistribusikan pada *warehouse-warehouse* cabang. Sistem distribusi produk di PT. SADP yang sedang berlangsung saat ini adalah setiap minggu dilakukan pengkinian data pen- jualan di seluruh cabang yang ada di PT. SADP, kemudian dengan data ini di atur perencanaan pengiriman ke *warehouse* cabang dengan armada yang tersedia, dalam hal ini pengiriman dilakukan dengan menggunakan kapal dan truk, dan ada juga pendistribusian barang yang langsung dari *warehouse* pusat ke kebun pelanggan. Dari sistem ini kelancaran distribusi mutlak diperlukan, sehingga sistem transportasi, sistem penyimpanan, dan pemilihan saluran distribusi menjadi sebagai indikator dari lancar tidak nya distribusi barang. Dengan sistem distribusi yang ada saat ini di PT. SADP sering terjadi keterlambatan ketersediaan produk di *warehouse* cabang sesuai dengan permintaan pelanggan, sehingga pengiriman pupuk ke pelanggan terlambat dan menimbulkan komplain dan klaim dari pelanggan. Tabel menunjukkan klaim dan komplain dari pelanggan akibat ke- terlambatan pengiriman produk.

**Data Klaim dan Komplain Dari Pelanggan  
Keterlambatan Pengiriman Produk PT. SADP**

No	Bulan	Customer	Produk	Keterangan
1	14-Feb-14	Astra Group	NPK 16 4 25	Komplain keterlambatan pengiriman pupuk
2	14-Apr-14	Ukindo Group	NPK 13 6 27 4 + 0.65B	Komplain Keterlambatan pengiriman, dan denda klaim sesuai kesepakatan kontrak
3	14-Jun-14	Arara	NPK 15 15 15	Komplain keterlambatan pengiriman
4	14-Aug-14	CTP Group	Pupuk Borate dan NPK	Klaim keterlambatan pengiriman sebesar Rp 700 jt

5	14-Aug-14	Incasi Raya Group	NPK 13 6 27 4 + 0.65B	Komplain Keterlambatan pengiriman
6	14-Oct-14	Bumitama	MOP dan NPK	Klaim keterlambatan pengiriman sebanyak 4 Milyar

Sumber : PT. Sentana Adidaya Pratama, 2014 (diolah)

Berdasarkan data di atas dapat dilihat bahwa sistem yang digunakan se- karang kurang efektif, sehingga menyebabkan sering terjadi keterlambatan pengiriman produk. Sedangkan untuk persentase penjualan pupuk NPK PT. SADP dibandingkan dengan target penjualan, yang berdasarkan kapasitas pabrik, juga selalu mengalami penurunan. Seperti yang ditunjukkan pada Tabel.

**Tabel Persentase Penjualan Pupuk Merek Mahkota Dibanding Target**

Tahun	Penjualan (MT)	Target Penjualan (MT)	%
200	342,285.00	386,200.00	89%
200	370,483.00	504,000.00	74%
201	515,056.00	688,600.00	75%
201	691,338.00	789,600.00	88%
201	599,776.00	873,600.00	69%
201	660,097.00	1,108,800.00	60%

Sumber : PT. Sentana Adidaya Pratama, 2014 (di olah)

Selain itu dari pelanggan yang melakukan klaim dan komplain ke PT. SADP terdapat penurunan pembelian pupuk. Seperti ditunjukkan pada Tabel.

**Tabel Data Penurunan Pembelian Beberapa Pelanggan Yang Melakukan Klaim dan Komplain Terhadap PT. SADP Tahun 2013 dan 2014**

Customer	Quantity Pembelian (MT)		Keterangan
	2013	2014	
Incasi Raya	25,00	20,300	Tahun 2013 melakukan komplain keterlambatan pengiriman
Arara	17,93	9,000	Tahun 2013 melakukan komplain keterlambatan pengiriman

Astra Group	21,94	15,626	Tahun 2013 melakukan komplain keterlambatan pengiriman
Ukindo Group	7,63	4,200	Tahun 2013 melakukan komplain keterlambatan pengiriman

Sumber : PT. Sentana Adidaya Pratama, 2014 (di olah)

Sampai dengan kuartal ke tiga tahun 2014 terdapat nilai klaim yang cukup besar kepada PT. SADP atas keterlambatan pendistribusian pupuk ke pelanggan. Nilai klaim ini mencapai 4 Milyar Rupiah. Nilai ini belum memperhitungkan pelanggan yang menginginkan penggantian produk, karena sebagian pelanggan menginginkan pemotongan terhadap harga pupuk yang mereka beli, dan sebagian menginginkan penggantian dengan produk yang kualitasnya baik, sehingga penggantian ini akan menimbulkan biaya atas produk baru yang dikirimkan dan biaya pengangkutannya.

Berdasarkan uraian tersebut dinyatakan bahwa secara umum ada permasalahan dalam pendistribusian produk PT. SADP, keterlambatan distribusi produk dari PT. SADP ke pelanggannya ini sudah terlihat mempengaruhi penjualan produk PT. SADP. Dari fenomena ini penulis tertarik untuk melakukan penulisan dengan judul “Pengaruh Distribusi Fisik terhadap Penjualan Pupuk NPK Merek Mahkota (Studi Kasus : PT. Sentana Adidaya Pratama)”.

## METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian sebab-akibat (*Casual Research*), yaitu penelitian yang dilakukan untuk menyelidiki hubungan sebab-akibat dengan cara mengamati akibat yang terjadi dan kemungkinan faktor (sebab) yang menimbulkan akibat tersebut (Sinulingga, 2012). Dalam penelitian ini ada variabel independen (sebab) yaitu variabel yang mempengaruhi dan variabel dependen (akibat) yaitu variabel yang dipengaruhi.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan filsafat *positivisme*, digunakan untuk meneliti populasi atau sample tertentu dengan memakai instrument pengumpulan data dan analisis yang bersifat

kuantitatif. Filsafat *positivisme* memandang realita atau gejala dan fenomena sebagai sesuatu yang tetap, konkrit, teramati (*observable*), terukur (*measurable*), hubungan gejala bersifat sebab akibat (Sinulingga, 2012).

Rumusan masalah yang digunakan dalam penelitian ini adalah rumusan masalah asosiatif. Rumusan masalah asosiatif adalah suatu rumusan masalah penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2013). Hubungan yang digunakan adalah hubungan kausal. Hubungan kausal adalah hubungan yang bersifat sebab akibat, jadi disini ada variabel independen (variabel yang mempengaruhi) dan dependen (dipengaruhi) (Sugiyono, 2013).

### **Uji Validitas**

Validitas data menunjukkan derajat ketetapan antara data yang sesungguhnya terjadi pada obyek dengan data yang dapat dikumpulkan oleh peneliti. Dengan demikian data yang valid adalah data “yang tidak berbeda” antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek penelitian. (Sugiyono, 2013).

Penentuan data yang valid, reliabel dan obyektif, maka penelitian dilakukan dengan menggunakan instrumen yang valid dan reliabel, dilakukan pada sampel yang mendekati jumlah populasi dan pengumpulan, serta analisis data dilakukan dengan cara yang benar. Untuk mendapatkan data yang valid yang perlu diuji validitasnya adalah instrumen penelitiannya. Untuk mengetahui apakah setiap butir pada instrumen tersebut valid atau tidak valid, maka dapat diketahui dengan cara mengkorelasikan antara skor butir dengan skor total. Bila nilai korelasi di bawah 0,3 maka instrumen tersebut tidak valid, apabila nilai korelasi di atas 0.3 maka instrumen tersebut dinyatakan valid.

Metode yang digunakan untuk menguji validitas adalah Korelasi *Pearson Moment* dengan rumus sebagai berikut:

$$r = \frac{(n \sum XY) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{[n(\sum X^2) - (\sum X)^2][n(\sum Y^2) - (\sum Y)^2]}}$$

Dimana :

r = Koefisien korelasi

n = Jumlah responden

$\sum X$  = Jumlah skor keseluruhan untuk item pertanyaan 1

$\sum Y$  = Jumlah skor keseluruhan untuk semua item pertanyaan

### Uji Reliabilitas

Reliabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi atau keajegan data dalam interval waktu tertentu (Sugiyono, 2013). Instrumen yang memiliki reliabilitas dapat digunakan untuk mengukur secara berkali-kali yang menghasilkan data yang sama (konsisten). Pengujian reliabilitas instrumen dilakukan menghitung koefisien *alpha cronbach*.

Koefisien alpha cronbach digunakan untuk mengukur realibilitas instrumen yang pertanyaan-pertanyaannya menggunakan skor dalam rentangan tertentu misalnya

$$r_{11} = \left[ \frac{k}{(k-1)} \right] \left( 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

antara 1 dan 5 atau antara 1 dan 10 dan sebagainya. Rumus yang digunakan dalam menghitung koefisien Alpha Cronbach adalah sebagai berikut :

Dimana :

$r_{11}$  = reliabilitas instrumen (koefisien Alpha Cronbach).

k = jumlah butir pertanyaan dalam instrument.

$\sum \sigma_b^2$  = jumlah varian butir-butir pertanyaan.

$\sigma_t^2$  = varian total.

Instrumen pengumpulan data dikatakan reliable atau di indikasikan memiliki reliabilitas tinggi apabila uji Aplha Cronbach memberikan koefisien lebih besar dari r kritis.

### ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Validitas data menunjukkan derajat ketetapan antara data yang sesungguhnya

terjadi pada obyek dengan data yang dapat dikumpulkan oleh penulis. Dengan demikian data yang valid adalah data “yang tidak berbeda” antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek penulisan. (Sugiyono, 2013). Reliabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi atau keajegan data dalam interval waktu tertentu (Sugiyono, 2013).

Penentuan data yang valid, reliabel dan obyektif, maka penelitian dilakukan dengan menggunakan instrumen yang valid dan reliabel, dilakukan pada sampel yang mendekati jumlah populasi dan pengumpulan serta analisis data dilakukan dengan cara yang benar. Untuk mendapatkan data yang valid yang perlu diuji validitasnya adalah instrumen penelitiannya. Untuk mengetahui apakah setiap butir pada instrumen tersebut valid atau tidak valid, maka dapat diketahui dengan cara mengkorelasikan antara skor butir dengan skor total. Bila nilai korelasi di bawah 0,3 maka instrumen tersebut tidak valid, apabila nilai korelasi di atas 0.3 maka instrumen tersebut dinyatakan valid.

Metode yang digunakan untuk menguji validitas adalah Korelasi *Pearson*

$$r = \frac{(n \sum XY) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{[n(\sum X^2) - (\sum X)^2][n(\sum Y^2) - (\sum Y)^2]}}$$

*Moment* dengan rumus sebagai berikut:

Dimana :

r = Koefisien korelasi

n = Jumlah responden

$\sum X$  = Jumlah skor keseluruhan untuk item pertanyaan 1

$\sum Y$  = Jumlah skor keseluruhan untuk semua item pertanyaan

Uji validitas dan reliabilitas dilakukan pada 40 sample, untuk uji validitas dilakukan penghitungan Koefisien korelasi antara faktor dan faktor total dengan rumus *Pearson Moment*.

- Korelasi antara variabel Pemerosesan Pemesanan ( $X_1$ ) dan skor total (y)

$$r = \frac{(40)(24697)(437)(2236)}{\sqrt{[40(5001) - (190969)][(40)(125734) - (4999696)]}}$$

$$= 0.655$$

- Korelasi antara variabel Pengendalian Persediaan ( $X_2$ ) dan skor total ( $y$ )

$$r = \frac{(40)(14173)(252)(2236)}{\sqrt{[40(16261) - (63504)][(40)(125734) - (4999696)]}}$$

$$= 0.511$$

- Korelasi antara variabel Penanganan Barang ( $X_3$ ) dan skor total ( $y$ )

$$r = \frac{(40)(20648)(367)(2236)}{\sqrt{[40(3447) - (134689)][(40)(125734) - (4999696)]}}$$

$$= 0.546$$

- Korelasi antara variabel Pergudangan ( $X_4$ ) dan skor total ( $y$ )

$$r = \frac{(40)(27276)(486)(2236)}{\sqrt{[40(5986) - (236196)][(40)(125734) - (4999696)]}}$$

$$= 0.443$$

- Korelasi antara variabel Transportasi ( $X_5$ ) dan skor total ( $y$ )

$$r = \frac{(40)(19359)(345)(2236)}{\sqrt{[40(3029) - (119025)][(40)(125734) - (4999696)]}}$$

$$= 0.369$$

## KESIMPULAN

1. Variabel bebas yaitu pemerosesan pemesanan ( $X_1$ ), pengendalian persediaan ( $X_2$ ), penanganan barang ( $X_3$ ), pergudangan ( $X_4$ ), dan transportasi ( $X_5$ ) secara simultan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat yaitu penjualan pupuk NPK merk Mahkota di PT. SADP.
2. Dari pengujian parsial diketahui bahwa pengendalian persediaan, pemerosesan pemesanan, penanganan barang, dan transportasi berpengaruh signifikan terhadap penjualan pupuk NPK merk Mahkota, dan pergudangan tidak berpengaruh signifikan terhadap penjualan pupuk NPK merk Mahkota. Variabel yang paling dominan mempengaruhi penjualan adalah pengendalian persediaan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Bowersox, Donald, J., Closs, David, J. 2002. *Supply Chain Logistics Management*. New York : The McGraw Hill, Inc.

- Gunawan, Adisaputro, Marwan, Asri. 1996. *Manajemen Keuangan*. Bandung: Gansaha.
- Kotler, Philip, Amstrong, Gary. 1997. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi ketiga. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : PT Indeks, Gramedia. Kotler, Philip. 2001. *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*. Jakarta : PT. Prehallindo.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Milenium, Jakarta: Pearson Education Asia Pte. Ltd, dan PT Prenhallindo.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran, Jilid 2*. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, Philip. 2007. *Dasar-dasar Pemasaran*, Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, Keller, Lane, K. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 Jilid 1, Jakarta: Erlangga.
- Sinulingga, Sukaria. 2012. *Metode Penelitian*. Medan: USU Press.
- Stanton, William, J. 2006. *Fundamental of Marketing International*. Singapura: Book Company.
- Stanton, William, J. 2005. *Prinsip Pemasaran*, Edisi Ke-6, Jakarta: Erlangga. Swastha.
- Basu dan Irawan. 2004. *Manajemen Pemasaran Modern*. Surabaya : Liberty.
- Tjiptono, Fandy. 1997. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : CV.Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2000. *Strategi Pemasaran*. Edisi Kedua, Yogyakarta: Penerbit Andi.