

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Distribusi

Distribusi merupakan proses pemindahan barang dari tempat produksi ke berbagai tempat atau daerah yang membutuhkan. Kotler (2005) mendefinisikan bahwa distribusi akan mencakup perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan arus bahan dengan memperoleh produk akhir dari tempat produksi dengan memperoleh keuntungan. Sebagian besar perusahaan menyatakan bahwa tujuan distribusi adalah membawa barang dalam jumlah tepat, pada waktu yang tepat, dan dengan biaya serendah mungkin.

Aspek terpenting dari distribusi suatu produk adalah biaya pengangkutan sedangkan biaya pengangkutan sangat dipengaruhi oleh tarif angkut. Dengan demikian, tingginya biaya pengangkutan akan mempersempit wilayah pemasaran suatu produk. Panjang pendeknya distribusi tergantung beberapa faktor.

1. Jarak antara produsen dan konsumen, artinya semakin jauh antara produsen dan konsumen maka biasanya semakin panjang saluran yang akan ditempuh oleh produk.
2. Cepat tidaknya produk rusak, artinya produk yang cepat atau mudah rusak harus segera diterima konsumen, dengan demikian menghendaki saluran yang pendek dan cepat.
3. Skala produksi, artinya bila produksi berlangsung dalam ukuran kecil maka jumlah produk yang dihasilkan ukuran kecil pula, sehingga tidak akan menguntungkan jika produsen menjualnya langsung ke pasar. Dalam kondisi demikian kehadiran pedagang perantara diharapkan, agar saluran yang dilalui produk cenderung panjang.
4. Posisi keuangan perusahaan, produsen yang kondisi keuangannya kuat cenderung untuk memperpendek saluran tataniaga. Agar efektif, pengoperasian aset sehari-hari harus mengimplementasikan strategi-strategi yang telah di kembangkan berdasarkan struktur dan otomatisasi rantai pasokan. Proses yang dijalankan adalah bagaimana membawa produk yang benar ke outlet yang benar dan pelanggan yang tepat pada waktu yang tepat pula.

Ada kemungkinan kesalahan apabila sarannya tidak memenuhi tuntutan pelanggan 100%. Persediaan harus tersedia di tempat yang tepat pada waktu yang tepat setiap hari tanpa ada yang gagal. Tanpa adanya persediaan yang tepat, proses distribusi lainnya tidak akan

dapat beroperasi. Pengiriman kilat merupakan pengecualian yang jarang dilakukan. Pada prinsipnya, agar dapat beroperasi setiap hari, persediaan harus ada di tempat yang benar pada waktu yang tepat.

2.2 Fungsi Transportasi Dalam Distribusi Crude Palm Oil

Transportasi diartikan sebagai pemindahan barang dan manusia dari tempat asal ke tempat tujuan. Proses pengangkutan merupakan gerakan dari tempat asal, dari mana kegiatan angkutan dimulai, ke tempat tujuan, kemana kegiatan pengangkutan diakhiri. Peranan transportasi sangat penting untuk saling menghubungkan daerah sumber bahan baku, daerah produksi, daerah pemasaran dan daerah pemukiman sebagai tempat tinggal konsumen.

Pengangkutan berfungsi sebagai faktor penunjang dan perangsang pembangunan (*the promoting sector*) dan pemberi jasa (*the service sector*) bagi perkembangan ekonomi. Fasilitas pengangkutan harus dibangun mendahului proyek-proyek pembangunan lainnya (Nasution, 2003). Biaya transportasi telah memainkan peran yang luar biasa dalam tataniaga produk pertanian. Biaya transportasi terendah dari lokasi produksi akan menentukan keunggulan komparatif suatu produk pertanian. Untuk jenis komoditi tertentu, truk mungkin jadi alat transportasi dengan tarif termurah, namun untuk komoditi lain bisa jadi kereta api lah yang termurah. Dengan demikian bila dalam tata niaga mungkin saja terjadi disparitas harga produk pertanian yang sama, sebagai akibat perbedaan jarak antara sentra produksi dan lokasi penjualan (pasar). Disparitas harga tersebut biasanya adalah harga pasar dikurangi biaya transportasi (Nasution, 2003). Transportasi manusia atau barang biasanya bukanlah tujuan akhir, tetapi hal itu dilakukan untuk mencapai tujuan lain, oleh karena itu, permintaan atas jasa transportasi disebut sebagai permintaan turunan (*derived demand*) yang timbul akibat adanya permintaan akan komoditi atau jasa lain.

Pada dasarnya permintaan atas jasa transportasi diturunkan dari (Morlok, 2000)

- Kebutuhan seseorang untuk berjalan dari satu lokasi ke lokasi lainnya untuk melakukan suatu kegiatan (misalnya bekerja, sekolah).
- Permintaan akan angkutan barang tertentu agar tersedia di tempat yang diinginkan.

Untuk menunjang perkembangan ekonomi yang mantap perlu dicapai keseimbangan antara penyediaan dan permintaan angkutan. Jika penyediaan permintaannya jasa angkutan lebih kecil daripada permintaannya, akan terjadi kemacetan arus barang dan penumpang yang dapat menimbulkan kegoncangan harga di pasaran. Sebaliknya, jika penawaran jasa angkutan melebihi permintaannya maka akan timbul persaingan tidak sehat yang akan menyebabkan banyak perusahaan angkutan rugi dan menghentikan kegiatannya, sehingga penawaran jasa

angkutan berkurang, selanjutnya menyebabkan ketidaklancaran arus barang dan kegoncangan harga di pasaran (Nasution, 2003)

2.3 Crude Palm Oil (CPO)

CPO (*Crude Palm Oil*) atau dikenal dengan minyak mentah kelapa sawit adalah minyak makan nabati yang diperoleh dari hasil ekstraksi daging buah kelapa sawit. Saat ini CPO diproduksi melalui proses pengolahan di beberapa Pabrik Kelapa Sawit (PKS) milik perusahaan. (Sumber : Direktorat Jenderal Industri Agro dan Kimia Departemen Perindustrian Jakarta, 2009)

Potensi CPO Indonesia sangat besar dan mengalami peningkatan setiap tahunnya. Bahkan saat ini di Indonesia telah terjadi produsen minyak sawit terbesar di dunia. Pada tahun 2006, luas lahan sawit Indonesia mencapai 6,1 juta ha dengan total produksi CPO sekitar 16 juta ton. Pada tahun 2007 terjadi peningkatan luas lahan menjadi 6,78 juta ha dengan produksi CPO mencapai 17,37 juta ton. Pemanfaatan CPO sebagai bahan baku industri dapat memberikan efek berganda meliputi : a. Pertumbuhan sub sektor ekonomi lainnya, b. Pengembangan wilayah, c. proses alih teknologi, d. Perluasan kerja lapangan kerja, e. Peroleh devisa, f. Peningkatan. (Sumber : Direktorat Jenderal Industri Agro dan Kimia Departemen Perindustrian Jakarta, 2009)

2.4 Pengelompokan Industri Crude Palm Oil

Kelapa sawit merupakan salah satu komoditas unggulan Indonesia yang berperan dalam pertumbuhan ekonomi nasional, dengan kontribusinya yang cukup besar dalam menghasilkan devisa dan penyerapan tenaga kerja. Perkembangan industri pengolahan CPO dan turunannya di Indonesia adalah selaras dengan pertumbuhan areal perkebunan dan produksi kelapa sebagai bahan baku. Disamping menghasilkan produk CPO, pengolahan Tandan Buah Segar (TBS) juga menghasilkan produk PKO (*Palm Kernel Oil*). Produksi PKO meningkat seiring dengan meningkatnya produk CPO, yakni sekitar 20% dari CPO yang dihasilkan. (Sumber : Direktorat Jenderal Industri Agro dan Kimia Departemen Perindustrian Jakarta, 2009)

2.5 Transportasi Pengangkutan Crude Palm Oil

Dalam rangka menjaga ketersediaan CPO (*Crude Palm Oil*) di Sumatera Utara diperlukan suatu perencanaan yang dapat melayani pengangkutan CPO dari daerah penghasil menuju Sumatera Utara. Oleh karena itu maka bagaimana agar konsumsi CPO negeri dapat

digunakan dengan optimal. Mengingat banyaknya alternatif dalam proses pengangkutan CPO, maka diperlukan suatu metode atau cara (baik dalam bentuk analisis maupun perhitungan-perhitungan yang terkait) dalam penentuan jenis dan mode transportasi serta perencanaan armada dalam pengangkutan CPO yang paling optimal.

Gerbong ketel adalah gerbong barang yang mengangkut bahan seperti (bahan bakar minyak dan minyak CPO (*Crude Palm Oil*)). Salah Satu kerja sama PT Kereta Api Indonesia dalam angkutan Bahan Bakar Minyak (BBM) dan CPO dengan Pertamina dan perusahaan perkebunan. Dengan kereta api maka pengangkutan BBM dan CPO lebih cepat. Angkutan CPO di PT Kereta Api Indonesia Divre 1 Sumatera Utara melayani distribusi CPO dari stasiun Rantau Prapat, Padang Halaban, Kisaran, Tebing Tinggi dan Perbaungan menuju stasiun Belawan. Gerbong ketel untuk mengangkut CPO berwarna orange dengan logo kereta api di sebelah kanan dan kiri. Rangkaian gerbong ketel ini dapat digerakkan dengan kecepatan hingga 70 km/jam. Dahulu penomoran yang digunakan adalah kkw/kkr (gerbong ganda empat) dan kr/kw (gerbong gandar dua). Akan tetapi, dengan berlakunya peraturan menteri perhubungan No. KM 45 tahun 2010, semua gerbong ketel menggunakan format penomoran GK. Kemudian diikuti dengan dua digit menandakan muatan maksimum dalam ton, dua digit atau tiga digit menandakan nomor urut gerbong. Contoh GK 30 65 01 artinya GK(gerbong ketel), berat muatan maksimum 30 ton, mulai operasi tahun 1965, dan memiliki nomor urut 01. Dari masa ke masa, beragam lokomotif yang digunakan, CC201, CC203, atau CC204 adalah lokomotif yang sering digunakan untuk lokomotif angkutan ketel pada dasawarsa 2000-an hingga sekarang. Lokomotif cc ini bertenaga besar yang bisa mengangkut gerbong ketel sebanyak 18 gerbong ketel dalam setiap harinya.(Sumber: PT Kereta Api Indonesia 2010-2014)

Berdasarkan ketentuan dari PT Kereta Api Indonesia gerbong ketel yakni

1. Mempunyai sifat tetap, cukup kuat untuk digunakan berulang kali.
2. Dirancang secara khusus sebagai fasilitas untuk membawa CPO menggunakan satu atau lebih. Moda transport yang sangat efisien, nyaman dan tepat waktu sampai tujuan.
3. Mempunyai isi dalam 30 ton yang sangat besar untuk membawa hasil CPO ke tujuan yang telah ditentukan.
 - a. Menggunakan tenaga kerja setiap muatan CPO-nya.
 - b. Jalur gerbong ketel belum ada yang masuk ke beberapa perkebunan.

- c. Gerbong ketelnya belum bisa menuruti permintaan perusahaan perkebunan yang minta dibawa banyak karena ketersediaan gerbong ketelnya belum memadai.

2.6 Kualitas Jasa atau Pelayanan

Dalam situasi persaingan global yang semakin kompetitif, persoalan kualitas produk menjadi isu sentral bagi setiap perusahaan. Kemampuan perusahaan untuk menyediakan produk berkualitas akan menjadi senjata untuk memenangkan persaingan, karena dengan memberikan produk berkualitas, kepuasan konsumen akan tercapai. Oleh karena itu perusahaan harus menentukan definisi yang tepat dan pemahaman yang akurat tentang kualitas yang tepat.

Menurut *American Society for Quality Control* (Kotler, 2007 : 50):

“Kualitas adalah keseluruhan ciri-ciri dan karakteristik-karakteristik dari suatu produk atau jasa dalam hal kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan atau bersifat laten”.

Selanjutnya menurut Duran dalam Lupiyoadi (2001), kualitas dapat diartikan sebagai biaya yang dapat dihindari (*avoidable*) dan yang tidak dapat dihindari (*unavoidable*). Yang termasuk dalam biaya yang dapat dihindari misalnya biaya akibat kegagalan produk, sementara yang termasuk biaya yang tidak dapat dihindari misalnya biaya kegiatan pengawasan kualitas.

Berdasarkan beberapa definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa definisi kualitas bersumber dari dua sisi, produsen dan konsumen. Produsen menentukan persyaratan atau spesifikasi kualitas, sedangkan konsumen menentukan kebutuhan dan keinginan. Pendefinisian akan akurat jika produsen mampu menerjemahkan kebutuhan dan keinginan atas produk ke dalam spesifikasi produk yang dihasilkan.

2.6.1 Pengertian Kualitas Jasa atau Pelayanan

Kualitas pelayanan (*Service Quality*) seperti yang dikatakan oleh Parasuraman dikutip oleh Lupiyoadi (2001) dapat didefinisikan yaitu: “Seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan konsumen atas pelayanan yang mereka terima atau peroleh”.

Sementara menurut Rangkuti (2004:28) bahwa: “Kualitas jasa didefinisikan sebagai penyampaian jasa yang akan melebihi tingkat kepentingan konsumen”. Definisi tersebut menekankan pada kelebihan dari tingkat kepentingan konsumen sebagai inti dari kualitas jasa.

Salah satu model kualitas pelayanan yang banyak dijadikan acuan dalam riset pemasaran adalah model *ServQual (Service Quality)* seperti yang dikembangkan Oleh Parasuraman, Zeithmal, dan Berry seperti yang dikutip oleh Lopiyoadi (2001) dalam serangkaian penelitian mereka terhadap enam sektor jasa, reparasi, peralatan rumah tangga, kartukredit, asuransi, sambungan telepon jarak jauh, perbankan ritel, dan pialang sekuritas.

ServQual (Service Quality) dibangun atas adanya perbandingan dua faktor utama yaitu persepsi pelanggan atas layanan yang nyata mereka terima (*perceived service*) dengan layanan yang sesungguhnya diharapkan atau diinginkan (*expected service*).

2.7 Dimensi Kualitas Jasa

Konsep kualitas pelayanan merupakan faktor penilaian yang merefleksikan persepsi konsumen terhadap lima dimensi spesifik dari kinerja layanan. Parasuraman et al, 1990 (dalam Kotler, 2007:56) menyimpulkan bahwa ada lima dimensi *ServQual (Service Quality)* yang dipakai untuk mengukur kualitas pelayanan, yaitu:

1. *Tangibels*, atau bukti fisik yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa.
2. *Realiability*, atau kehandalan yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.
3. *Responsiveness*, atau ketanggapan yaitu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.
4. *Assurance*, atau jaminan dan kepastian yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan.

5. *Empathy*, yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen.

2.8 Penelitian Terdahulu

Menurut Putra Bisuk Matondang (2009) dengan judul skripsi “*Analisis Tataniaga Dan Elastisitas Transmisi Harga CPO Internasional Terhadap Harga Tbs (Tandan Buah Segar) Kelapa Sawit*” (*Studi Kasus: Desa Mananti Kecamatan Sosa Kabupaten Padang Lawas*). Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder.

Daerah penelitian ditentukan secara “*Purposive Sampling*” yaitu di Desa Mananti, Kecamatan Hutaraja Tinggi, Kabupaten Padang Lawas., Propinsi Sumatera Utara dengan alasan bahwa Desa Mananti merupakan salah satu sentra produksi Tandan Buah Segar (TBS) kelapa sawit.

Metode penentuan sampel dilakukan secara “*Simple Random Sampling*”. Untuk agen dan koperasi metode pengambilan sampel ditentukan berdasarkan sensus terhadap 5 agen dan 2 unit Koperasi Unit Desa (KUD) yang ada di daerah penelitian. Jumlah sampel untuk agen dan KUD ditentukan dengan menggunakan metode sensus, artinya keseluruhan sampel dijadikan sampel. Metode Analisis Data Biaya tataniaga dapat dihitung dengan menjumlahkan seluruh biaya yang dikeluarkan selama melakukan fungsi-fungsi pemasaran.

Terdapat 2 (dua) saluran pemasaran kelapa sawit di desa Mananti yaitu saluran pemasaran I meliputi petani – pedagang pengumpul/agen – PKS dan saluran II meliputi petani – KUD – PKS (saluran pemasaran II). Setiap pedagang pengumpul dan koperasi memiliki fungsi pemasaran paling sedikit 6 fungsi pemasaran yaitu fungsi pembelian, penjualan, sortasi, transportasi, bongkar muat dan penyimpanan.

Saluran pemasaran kelapa sawit memiliki *share profit* yang berbeda antara pedagang pengumpul/agen dan KUD dan *share profit* KUD di daerah penelitian Nilai efisiensi pemasaran kelapa sawit pada saluran pemasaran I dan II di daerah penelitian adalah lebih kecil dari 50%, sehingga saluran pemasaran di daerah penelitian adalah efisien. Pada saluran pemasaran I, persentase kenaikan harga di tingkat PKS lebih besar dibandingkan di tingkat petani, sedangkan pada saluran pemasaran II, persentase kenaikan harga ditingkat PKS lebih kecil dibanding tingkat petani. Masalah-masalah yang dihadapi dalam pemasaran kelapa

sawit pada umumnya adalah kurangnya peranan lembaga pendukung, harga jual kelapa sawit yang berfluktuasi, mutu dan kualitas kelapa sawit yang berbeda-beda, pajak pungutan, kurang aktifnya kelompok tani dan pencurian kelapa sawit. Upaya-upaya yang dilakukan untuk mengatasi masalah pemasaran kelapa sawit yang dihadapi adalah dengan menggalakkan program bantuan penyuluhan pertanian, baik itu tentang bagaimana pengelolaan usahatani kelapa sawit yang baik, dan pemberdayaan kelembagaan kelompok tani, serta menggalakkan koperasi yang ada.

Menurut Tamara Aulia (2011) dengan judul skripsi "***Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Pada Pt. Pelabuhan Indonesia Iv (Persero) Cabang Terminal Petikemas Di Makassar***". Metode Pengumpulan Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari Penelitian Lapangan (*Field Research*) dan Penelitian Kepustakaan (*Library Research*), Adapun jenis data yang digunakan dalam uraian ini adalah Data Kuantitatif dan Data Kualitatif, Adapun jenis Sumber Data adalah Data Primer dan Data Sekunder.

Pegambil sampel pengguna jasa petikemas yang penyebarannya dibantu oleh karyawan Terminal Petikemas dan diberikan kepada para pengguna jasa. Sampel ini berjumlah 93 pengguna jasa. Untuk Metode Analisis menggunakan dua macam, yaitu : Analisis Kualitatif, metode analisis yang digunakan dengan cara menjelaskan beberapa argumentasi yang berkaitan langsung dengan permasalahan. Dan Analisis Kuantitatif, Analisis yang menggunakan data-data yang dinyatakan dalam bentuk angka di mana data tersebut merupakan variabel-variabel yang dianggap berpengaruh terhadap perilaku konsumen dan pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan PT. Pelabuhan Indonesia IV (Persero) cabang terminal petikemas dalam kategori-kategori yang pada akhirnya akan menjadi total skor dari pengisian kuesioner oleh responden.

Pengaruh antara kelima dimensi pelayanan (*reliability, responsiveness, assurance, empathy, tangible*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna jasa. Dimana semakin baik pelayanan yang diberikan oleh perusahaan maka akan secara langsung dapat meningkatkan kepuasan pengguna jasa. Hal ini dapat dilihat dari nilai sig <0.05.

Sehubungan dengan hipotesis yang telah dikemukakan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT. Pelabuhan Indonesia IV (Persero) cabang Terminal Petikemas berpengaruh terhadap kepuasan pengguna jasa. Dalam kaitannya dengan hasil uji parsial maka diperoleh hasil sig dari setiap dimensi masing-masing dibawah dari 0,05, berarti ada

pengaruh yang signifikan antara dimensi pelayanan dengan kepuasan pengguna jasa, sehingga hipotesis terbukti.

Sehubungan dengan hipotesis yang telah dikemukakan bahwa kualitas pelayanan yang paling dominan pada PT. Pelabuhan Indonesia IV (Persero) cabang Terminal Petikemas di Makassar adalah jaminan (*assurance*). Dalam kaitannya dengan hasil uji parsial, *assurance* berada di urutan kedua di tingkat signifikansinya, yang paling berpengaruh yaitu variabel bukti fisik (*tangible*) yang memperoleh nilai sig 0,000 lebih rendah dari kualitas pelayanan yang lainnya. Akan tetapi, pada dasarnya kelima variabel tersebut mempunyai pengaruh yang kuat terhadap kepuasan pengguna jasa.

Saat ini secara umum, pengguna jasa PT. Pelabuhan Indonesia IV (Persero) cabang Terminal Petikemas cukup puas dengan pelayanan yang diberikan oleh karyawan PT. Pelabuhan Indonesia IV (Persero) cabang Terminal Petikemas.

Dan menurut **Wahyu Aryawan, Ir. Setijoprajudo M.SE** dengan judul jurnal “***Model Pengangkutan Crude Palm Oil (CPO) Untuk Domestik***”. Dalam penelitian ini, dilakukan perhitungan supply/produksi CPO (*Crude Palm Oil*) dan demand/konsumsi CPO (*Crude Palm Oil*). Dan dengan menggunakan metode pinalti, didapatkan jaringan distribusi CPO (*Crude Palm Oil*) yang optimal. Untuk pendistribusian CPO (*Crude Palm Oil*) antar propinsi tersebut, terdapat beberapa alternatif penggunaan tipe operasional kapal yaitu sewa kapal (*charter*) dan *liner* Tanker serta kapal (*charter*) dan *liner* Tongkang dengan menggunakan kapal tanker dan kapal tongkang.

Alternatif termurah didapatkan menggunakan analisa biaya dan optimasi metode simplex untuk alternatif sewa kapal. Desain model optimasi distribusi untuk memenuhi permintaan pada tiap Industri minyak goreng berdasarkan produksi *Crude Palm Oil* (CPO) dari daerah asal ialah dengan menggunakan kapal tanker atau kapal tongkang menuju pelabuhan tujuan yaitu Pelabuhan Tanjung Priok, Pelabuhan Tanjung Emas dan Pelabuhan Tanjung Perak serta menggunakan truk tangki sebagai moda angkutan darat dari pelabuhan tujuan menuju pabrik minyak goreng.

Dari hasil analisa maka disarankan armada untuk pengangkutan CPO (*Crude Palm Oil*) sebaiknya dengan jenis kapal Tanker. Akan tetapi jika mengacu pada biaya yang dikeluarkan maka sebaiknya menggunakan kapal tongkang mengingat biaya yang lebih rendah. Hal ini juga terkait dengan jumlah pasokan CPO (*Crude Palm Oil*) yang akan dikirim dalam 1 tahun.

