BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di era industri 4.0 ini perusahaan di tuntut untuk tepat waktu dalam mendistribusikan produknya.Menurut (Tritularsih & Sutopo, 2017) Ini merupakan tantangan di era informasi global yang menuntut dunia pendidikan tinggi khususnya dalam bidang teknik industri agar mempersiapkan sumber daya manusia yang handal dan berkualitas serta mampu bersaing dalam menghadapi tantangan dalam memenuhi tuntutan kebutuhan masyarakat dan industri seiring dengan perkembangan sains dan teknologi informasi yang melaju dengan cepat. Dengan semakin majunya teknologi transportasi yang mengakibatkan hubungan antar kota dan daerah serta antar Negara menjadi lebih dekat. Karena itu ini mengakibatkan peranan distribusi semakin penting karena bukan hanya konsumen di daerah itu saja yang membutuhkan barang tersebut tetapi daerah-daerah lainpun membutuhkannya.

Di asia sendiri sekarang semakin meningkat dimana perusahaanperusahaan harus mendistribusikan produk yang mereka produksi dengan cepat dan tepat waktu sampai kepada konsumen, karena dengan mendistribusikan barang dengan tepat waktu dan cepat dapat menciptakan nilai tambah pada produk tersebut sehingga memperlancar saluran pemasaran secara fisik dan non-fisik.

Distribusi sendiri dapat di artikan sebagai kegiatan pemasaran yang berusaha mempermudah dan memperlancar penyampaian barang maupu jasa dari produsen kepada konsumen. Mendistribusikan produk secara merata dapat meningkatkan suatu laba dimana peningkatan suatu laba tentunya memiliki kurun waktu yang cukup lama. Dengan menggunakan distribusi yang baik akan mempengaruhi minat pelanggan kepada produk tersebut, sehingga jika pelanggan merasa puas dengan pelayanan dan persediaan produk yang mereka butuhkan, maka akan menambah keuntungan bagi perusahaan.

Untuk memasarkan suatu produk perusahaan diharuskan untuk memiliki banyak ritel pemasaran untuk di ajak kerja sama sehingga dapat mendistribusikan produk yang di produksi. Perantara pemasaran juga merupakan suatu saluran perdagangan atau saluran distribusi. Menurut (Kasmir dan Jakfar ,dalam Septy Adelia, 2019) mengenai saluran distribusi pemasaran adalah suatu hubungan antara produsen dengan konsumen akhir dalam melakukan distribusi baik barang maupun jasa.

UD.yang diamati ini adalah usaha dagang yang bergerak pada bidang pemasaran garam, dimana dalam usaha ini mereka menyediakan berbagai macam garam untuk di distribusikan di berbagai tempat. UD.Pemasaran garam ini sendiri berada di daerah Kepuh Malang, adapun tempat-tempat pendistribusian antara lain pasar lawang, rando agung, pasar singosasi, dan pasar karang ploso. Untuk melakukan pendistribusian UD.Pemasaran garam sendiri mengguakan armada sendiri untuk mendistribusiakan produknya.

Permasalahan yang terdapat pada UD.Pemasaran Garam yaitu adalah biayadistribusi yang kurang optimal dimana memakan banyak biaya serta memakan waktu yang cukup lama, sehingga mempengaruhi pengeluaran pada perusahaan. Sehingga perlu di perhitungkan kembali biaya yang ingin di capai dalam penelitihan.

Dalam bidang usaha di UD. Pemasaran Garam ini ingin mengoptimalkan biayadistribusi yang mempengaruhi pengeluaran perusahaan, dengan menggunakan metode North West Corner (NWC). Dengan menggunakan model transportasi North West Corner ini mampu memberikan solusi dalam masalah yang dihadaapi.

B. Ruang Lingkup

Penelitian inihanya membahas tentang pendistribusian garam di UD. Pemasaran Garam yang bertempat di malang

C. Batasan Masalah

Adapun batasan masalah yang terdapat dalam penelitian ini yaitu :

- a. Analisa yang dilakukan hanya pada sistem distribusinya
- b. Hanya terkait dengan distribusi pengiriman garam
- c. Lebih kapadasupply and demand
- d. Tidak mencangkup dalam keuangan

D. Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah bagaimana pendistribusian yang optimal menggunakan metode NWC (*North West Corner*)pada UD. Pemasaran garam?

E. Tujuan Dan Manfaat

a. Tujuan

Untuk mengetahui sistem pendistribusian yang optimal menggunakan metode NWC (*North West Corner*)pada UD. Pemasaran Garam.

b. Manfaat

1. Bagi Mahasiswa

Dapat meningkatkan wawasan dalam keilmuan terutama mengenai strategi distribusi untuk meningkatkan bisnis penjualan

2. Bagi Fakultas

Dapat dijadikan bahan referensi dalam rangka mendokumen tasikan dan menginformasikan hasil penelitian ini di Fakultas Teknik Universitas PGRI Adi Buana.

3. Bagi perusahaan

Dapat digunakan sebagai dasar untuk mengambil keputusan pemecahan mengenai masalah yang timbul dalam masalah ditribusi penjualan.