

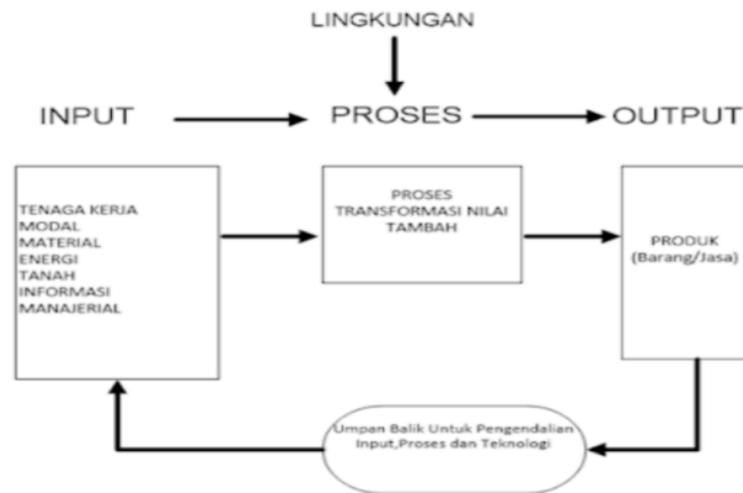
## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Sistem Produksi**

Sistem adalah merupakan suatu rangkain unsur-unsur yang saling dan tergantung serta saling mempengaruhi satu dengan yang lainnya yang keseluruhannya merupakan satu kesatuan bagi pelaksanaan kegiatan bagi pencapaian tujuan tertentu. Sedangkan definisi dari produksi adalah kegiatan untuk meningkatkan kegunaan suatu barang atau jasa melalui proses transformasi masukan menjadi keluaran. Jadi dapat dikatakan bahwa system produksi adalah gabungan dari beberapa unit atau elemen-elemen yang saling berhubungan dan saling menunjang untuk melaksanakan proses produksi dalam suatu perusahaan tertentu (Daryus, 2008).

Menurut (Daryus, 2008) Sistem produksi memiliki komponen atau elemen struktural dan fungsional yang berperan penting menunjang kontinuitas operasional system produksi itu. Komponen atau elemen structural yang membentuk sistem produksi terdiri dari: bahan ( material ), mesin dan peralatan tenaga kerja, modal, energi, informasi, tanah dan lain-lain. Sedangkan komponen atau elemen fungsional terdiri dari: supervise, perencanaan, pengendalian, koordinasi dan kepemimpinan yang semuanya berkaitan dengan manajemen dan organisasi. Secara skematis sederhana sistem produksi dapat digambarkan seperti dalam Gambar 2.1.



Gambar 2.1 Bagan Sistem Produksi

Sumber : Daryus, 2008

Dari Gambar 2.1 tampak bahwa elemen-elemen utama dalam sistem produksi adalah: *input*, proses dan *output*, serta adanya suatu mekanisme umpan balik untuk pengendalian system produksi itu agar mampu meningkatkan perbaikan terus menerus (*continuous improvement*).

### 2.1.1 Ruang Lingkup Sistem Produksi

Ruang lingkup Sistem Produksi Dalam dunia industri manufaktur apapun akan memiliki fungsi yang sama. Fungsi atau aktifitas-aktifitas yang ditangani oleh *departement* produksi secara umum adalah sebagai berikut :

1. Mengelola pesanan (*order*) dari pelanggan. Para pelanggan memasukkan pesanan-pesanan untuk berbagai produk. Pesanan-pesanan ini dimasukkan dalam jadwal produksi utama, bila jenis produksinya *made to order*.
2. Meramalkan permintaan. Perusahaan biasanya berusaha memproduksi secara lebih *independent* terhadap fluktuasi permintaan. Permintaan ini perlu diramalkan agar skenario produksi dapat mengantisipasi fluktuasi permintaan tersebut.

3. Mengelola persediaan. Tindakan pengelolaan persediaan berupa melakukan transaksi persediaan, membuat kebijakan persediaan pengamatan, kebijakan kuantitas pesanan/ produksi, kebijakan frekuensi dan periode pemesanan, dan mengukur performansi keuangan kebijakan yang dibuat.
4. Menyusun rencana agregat (penyesuaian permintaan dengan kapasitas). Rencana agregat bertujuan untuk membuat skenario pembebanan kerja untuk mesin dan tenaga kerja (*regular*, lembur, dan subkontrak) secara optimal untuk keseluruhan produk dan sumber daya secara terpadu (tidak per produk).
5. Membuat jadwal induk produksi (JIP). JIP adalah suatu rencana terperinci mengenai apa dan berapa unit yang harus diproduksi pada suatu periode tertentu untuk setiap *item* produksi.
6. Merencanakan Kebutuhan. JIP yang telah berisi apa dan berapa yang harus dibuat selanjutnya harus diterjemahkan ke dalam kebutuhan komponen, sub *assembly*, dan bahan penunjang untuk menyelesaikan produk.
7. Melakukan penjadwalan pada mesin atau fasilitas produksi. Penjadwalan ini meliputi urutan pengerjaan, waktu penyelesaian pesanan, kebutuhan waktu penyelesaian, prioritas pengerjaan dan lain-lainnya.
8. *Monitoring* dan pelaporan pembebanan kerja dibanding kapasitas produksi. Kemajuan tahap demi tahap *simonitor* untuk dianalisis. Apakah pelaksanaan sesuai dengan rencanan yang dibuat.
9. Evaluasi skenario pembebanan dan kapasitas. Bila realisasi tidak sesuai rencana agregat, JIP, dan Penjadwalan maka dapat diubah/ disesuaikan

kebutuhan. Untuk jangka panjang, evaluasi ini dapat digunakan untuk mengubah (menambah) kapasitas produksi.

Fungsi tersebut dalam praktik tidak semua perusahaan akan melaksanakannya. Ada tidaknya suatu fungsi ini diperusahaan, juga ditentukan oleh teknik/ metode perencanaan dan pengendalian produksi (sistem produksi) yang digunakan perusahaan (Purnomo, 2004).

### **2.1.2 Proses Produksi**

Proses diartikan sebagai suatu cara, metode dan teknik bagaimana sesungguhnya sumber-sumber (tenaga kerja, mesin, bahan dan dana) yang ada diubah untuk memperoleh suatu hasil. Produksi adalah kegiatan untuk menciptakan atau menambah kegunaan barang atau jasa (Assauri, 2008).

Proses juga diartikan sebagai cara, metode ataupun teknik bagaimana produksi itu dilaksanakan. Produksi adalah kegiatan untuk menciptakan dan menambah kegunaan (*utility*) suatu barang dan jasa. Menurut Ahyari (2002), proses produksi adalah suatu cara, metode ataupun teknik menambah kegunaan suatu barang dan jasa dengan menggunakan faktor produksi yang ada.

Melihat kedua definisi diatas, dapat diambil kesimpulan bahwa proses produksi merupakan kegiatan untuk menciptakan atau menambah kegunaan suatu barang atau jasa dengan menggunakan faktor-faktor yang ada seperti tenaga kerja, mesin, bahan baku dan dana agar lebih bermanfaat bagi kebutuhan manusia.

### **2.1.3 Macam-macam Proses Produksi**

Daryus (2008) menyebutkan bahwa macam-macam proses produksi itu sangatlah banyak. Tetapi yang umum terdapat 2 macam proses produksi yaitu:

- 1) Proses produksi terus-menerus (*continuous process*) adalah suatu proses produksi yang mempunyai pola atau urutan yang selalu sama dalam pelaksanaan proses produksi di dalam perusahaan.

Ciri-ciri proses produksi terus-menerus adalah:

1. Produksi dalam jumlah besar (produksi massa), variasi produk sangat kecil dan sudah distandardisir.
2. Menggunakan *product lay out* atau *departementation by product*.
3. Mesin bersifat khusus (*special purpose machines*).
4. Operator tidak mempunyai keahlian/*skill* yang tinggi.
5. Salah satu mesin/peralatan rusak atau terhenti, seluruh proses produksi terhenti.
6. Tenaga kerja sedikit.
7. Persediaan bahan mentah dan bahan dalam proses kecil.
8. Dibutuhkan *maintenance specialist* yang berpengetahuan dan berpengalaman yang banyak.
9. Pemindahan bahan dengan peralatan *handling yang fixed (fixed path equipment)* menggunakan ban berjalan (*conveyor*).

Kebaikan proses produksi terus-menerus adalah:

1. Biaya per unit rendah bila produk dalam volume yang besar dan distandardisir.
2. Pemborosan dapat diperkecil, karena menggunakan tenaga mesin.
3. Biaya tenaga kerja rendah.
4. Biaya pemindahan bahan di pabrik rendah karena jaraknya lebih pendek.

Sedangkan kekurangan proses produksi terus-menerus adalah:

1. Terdapat kesulitan dalam perubahan produk.
2. Proses produksi mudah terhenti, yang menyebabkan kemacetan seluruh proses produksi.
3. Terdapat kesulitan menghadapi perubahan tingkat permintaan.
- 2) Proses produksi terputus-putus (*intermitten processes*) adalah suatu proses produksi dimana arus proses yang ada dalam perusahaan tidak selalu sama.

Ciri-ciri proses produksi yang terputus-putus adalah:

1. Produk yang dihasilkan dalam jumlah kecil, variasi sangat besar dan berdasarkan pesanan.
2. Menggunakan *process lay out (departementation by equipment)*.
3. Menggunakan mesin-mesin bersifat umum (*general purpose machines*) dan kurang otomatis.
4. Operator mempunyai keahlian yang tinggi.
5. Proses produksi tidak mudah berhenti walaupun terjadi kerusakan di salah satu mesin.
6. Menimbulkan pengawasan yang lebih sukar.
7. Persediaan bahan mentah tinggi.
8. Pemindahan bahan dengan peralatan handling yang *flexible (varied path equipment)* menggunakan tenaga manusia seperti kereta dorong (*forklift*).
9. Membutuhkan tempat yang besar.

Kelebihan proses produksi terputus-putus adalah:

1. Fleksibilitas yang tinggi dalam menghadapi perubahan produk yang berhubungan dengan,
  - *process lay out*

- mesin bersifat umum (*general purpose machines*)
  - sistem pemindahan menggunakan tenaga manusia.
2. Diperoleh penghematan uang dalam investasi mesin yang bersifat umum.
  3. Proses produksi tidak mudah terhenti, walaupun ada kerusakan di salah satu mesin.

Sedangkan kekurangan proses produksi terputus-putus adalah:

1. Dibutuhkan scheduling, routing yang banyak karena produk berbeda tergantung pemesan.
2. Pengawasan produksi sangat sukar dilakukan.
3. Persediaan bahan mentah dan bahan dalam proses cukup besar.
4. Biaya tenaga kerja dan pemindahan bahan sangat tinggi, karena menggunakan tenaga kerja yang banyak dan mempunyai tenaga ahli

#### **2.1.4 Tipe Tata Letak Fasilitas Produksi**

Tipe tata letak fasilitas produksi terbagi menjadi empat menurut (Wignjosuebrotto, 2003) antara lain:

1. Tata Letak Produk (*Product Layout*), dalam *product layout*, mesin-mesin atau alat bantu disusun menurut urutan proses dari suatu produk. Produk-produk bergerak secara terus-menerus dalam suatu garis perakitan. *Product layout* akan digunakan bila volume produksi cukup tinggi dan variasi produk tidak banyak dan sangat sesuai untuk produksi yang kontinyu.
2. Tata Letak Proses (*Process Layout*), dalam *process/functional layout* semua operasi dengan sifat yang sama dikelompokkan dalam departemen yang sama pada suatu pabrik/industri. Mesin, peralatan yang mempunyai

fungsi yang sama dikelompokkan jadi satu, misalnya semua mesin bubut dijadikan satu departemen, mesin bor dijadikan satu departemen dan mill dijadikan satu departemen. Dengan kata lain material dipindah menuju departemen-departemen sesuai dengan urutan proses yang dilakukan.

3. Tata Letak Kelompok (*Group Technology*), tipe tata letak ini, biasanya komponen yang tidak sama dikelompokkan ke dalam satu kelompok berdasarkan kesamaan bentuk komponen, mesin atau peralatan yang dipakai. Mesin-mesin dikelompokkan dalam satu kelompok dan ditempatkan dalam sebuah *manufacturing cell*.
4. Tata Letak Tetap (*Fixed Layout*), sistem berdasarkan *product layout* maupun *process layout*, produk bergerak menuju mesin sesuai dengan urutan proses yang dijalankan. *Layout* yang berposisi tetap maksudnya adalah bahwa mesin, manusia serta komponen-komponen bergerak menuju lokasi *material* untuk menghasilkan produk. *Layout* ini biasanya digunakan untuk memproses barang yang relatif besar dan berat sedangkan peralatan yang digunakan mudah untuk dilakukan pemindahan.

#### **2.1.5 Pola Aliran Bahan**

Pola aliran bahan terbagi menjadi 5 klasifikasi (Wignjosoebroto, 2003):

1. *Straight Line* adalah pola aliran berdasarkan garis lurus atau *straight line* umum dipakai bilamana proses produksi berlangsung singkat, relatif sederhana dan umum terdiri dari beberapa komponen-komponen atau beberapa macam *production equipment*.
2. *Serpentine* atau *Zig-Zag (S-Shaped)* adalah pola aliran berdasarkan garis-garis patah ini sangat baik diterapkan bilamana aliran proses cukup

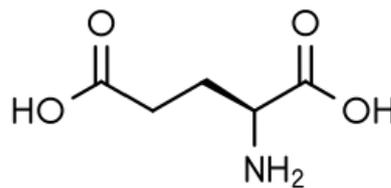
panjang. Untuk itu aliran bahan akan dibelokkan untuk menambah panjangnya garis aliran yang ada dan secara ekonomis hal ini akan dapat mengatasi segala keterbatasan dari area, dan ukuran dari bangunan pabrik yang ada.

3. *U-Shape* adalah pola aliran menurut *U-Shaped* ini akan dipakai bilamana dikehendaki bahwa akhir dari proses produksi akan berada pada lokasi yang sama dengan awal proses produksinya. Hal ini akan mempermudah pemanfaatan fasilitas transportasi dan juga sangat mempermudah pemanfaatan fasilitas transportasi dan juga sangat mempermudah pengawasan untuk keluar masuknya material dari dan menuju pabrik. Aplikasi garis aliran bahan relatif panjang, maka pula *U-shaped* ini akan tidak efisien dan untuk ini lebih baik digunakan pola aliran bahan tipe zig-zag.
4. *Circular* adalah pola aliran berdasarkan bentuk lingkaran (*circular*) sangat baik digunakan bilamana dikehendaki untuk mengembalikan material atau produk pada titik awal aliran produksi berLangsung. Hal ini juga baik dipakai apabila departemen penerimaan dan pengiriman material atau produk jadi direncanakan untuk berada pada lokasi yang sama dalam pabrik yang bersangkutan.
5. *Odd-Angle* adalah pola aliran berdasarkan odd-angle ini tidaklah begitu dikenal dibandingkan dengan pola-pola aliran yang lain. *Odd-angle* ini akan memberikan lintasan yang pendek dan terutama akan terasa manfaatnya untuk area yang kecil.

## 2.2 *Monosodium Glutamat (MSG)*

### 2.2.1 *Asam Glutamat dan Monosodium Glutamat*

Asam glutamat (*glutamat*) merupakan salah satu dari 20 asam amino yang menyusun protein dalam tubuh manusia dan berperan penting di dalam tubuh. Asam glutamat termasuk asam amino nonesensial yang bisa diproduksi sendiri oleh tubuh di hati serta banyak terdapat pada makanan yang mengandung protein. Asam glutamat yang terkandung di dalam berbagai macam makanan ada dalam bentuk terikat maupun bebas. Fungsinya adalah sebagai molekul penting dalam metabolisme seluler, bahan untuk biosintesa dengan asam amino yang lain serta meningkatkan neurotransmitter untuk fungsi normal otak.

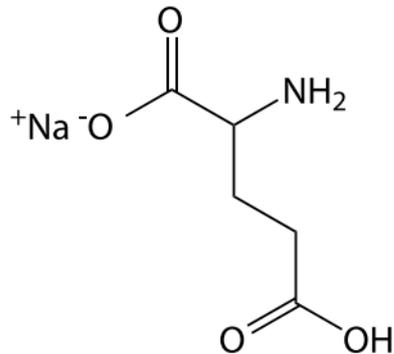


Gambar 2.2 Asam Glutamat

Sumber: Kurtanty, dkk, 2018

Asam glutamat terdiri dari 5 atom karbon dengan 2 gugus karboksil (dikarboksilat) dimana pada salah satu karbonnya berkaitan dengan NH<sub>2</sub> yang menjadi ciri pada asam amino. Asam glutamat memiliki isomer optik L dan D. *L-Asam glutamat* dapat mengalami ionisasi dengan natrium dan membentuk garam sodium *L-Asam glutamat* yang dikenal dengan *monosodium glutamat (MSG)*. Struktur kimia MSG tidak jauh berbeda dengan asam glutamat, hanya pada salah satu gugus karboksil yang mengandung hidrogen diganti dengan natrium. Gugus karboksil yang telah terionisasi dapat mengaktifkan stimulasi rasa pada alat pengecap. Asam glutamat yang terikat maupun yang memiliki isomer D, tidak

memiliki kemampuan dalam menguatkan rasa seperti asam glutamat bebas dengan *isomer L*.



Gambar 2.3 *Monosodium Glutamate*

Sumber: Kurtanty, dkk, 2018

*Monosodium glutamat* berbentuk tepung kristal berwarna putih yang mudah larut dalam air dan tidak berbau. Unsur pokok yang terkandung dalam MSG adalah glutamat (78,2 %), natrium (12,2 %), dan H<sub>2</sub>O (9,6%). MSG juga tidak berwarna dan mudah dalam penggunaan serta penyimpanannya.

MSG diperoleh dari fermentasi *mollasses* (tetes gula) atau dari hidrolisis gluten jagung dan gandum. Fermentasi merupakan proses yang relatif murah dan telah lama dilakukan dalam pembuatan makanan, seperti tempe, oncom, tape, dll. MSG yang difermentasi dengan tetes gula diproses dengan bantuan bakteri atau jamur seperti *Brevibacterium*, *Arthobacter*, *Microbacterium*, atau *Corynebacterium*. Sebelum bakteri ini dipergunakan untuk proses fermentasi, maka bakteri ini akan dibiakkan melalui suatu media padat yang disebut *mameno* dengan cara *hidrolisis enzimatik* protein kedelai. Setelah dari media padat, maka bakteri akan dipindahkan ke media cair yang tidak mengandung *mameno* dan berkembangbiak secara cepat. Dalam proses fermentasi ini, pertama-tama yang akan dihasilkan adalah asam glutamat. Asam glutamat yang terjadi dari proses

fermentasi kemudian ditambahkan dengan soda (*sodium carbonate*) akan membentuk *monosodium glutamat* (MSG). MSG yang terbentuk kemudian dimurnikan dan dikristalisasi sehingga berupa serbuk kristal-murni, yang siap dijual.



Gambar 2.4 Proses Produksi MSG

Sumber: Kurtanty, dkk, 2018

MSG merupakan produk dengan kadar air yang rendah, sehingga cukup awet disimpan dalam jangka waktu yang lama hingga mencapai tahunan. Kerusakan MSG yang terjadi biasanya disebabkan kesalahan pada faktor produksi, bahan pengemas, dan penyimpanannya. Kerusakan yang disebabkan oleh faktor produksi adalah kristal menjadi bubuk akibat ketidakseimbangan perbandingan jumlah sirup dan bibit atau karena suhu yang terlalu rendah saat kristalisasi berlangsung. Selain itu, kristal juga dapat meleleh jika suhu terlalu tinggi. Kerusakan lain adalah kadar air yang terlalu tinggi yang mengakibatkan kristal menjadi lembab sehingga menimbulkan tumbuhnya mikroorganisme.

### 2.2.2 Manfaat Bagi Tubuh Manusia

Sebuah penelitian Hiroaki Z dkk (2009), pada manusia menduga *L-glutamat* berperan penting pada proses pencernaan protein dan secara bermakna mempercepat pengosongan lambung pada makanan yang kaya protein. Selain sebagai pembentuk energi pada sintesis protein, *L-glutamat* juga digunakan oleh sel epitel usus halus sebagai prekursor untuk memproduksi asam amino lain seperti *L-aspartat*, *L-alanin*, *L-prolin*, *L-omitin* dan *L-sitrulin*. Di dalam usus besar, sel epitel memerlukan energi yang tinggi untuk transportasi air dan elektrolit. Energi ini diperoleh dari penyerapan sel epitel usus besar terhadap *L-glutamat* di plasma darah dan asam lemak rantai pendek. Asam lemak rantai pendek diperoleh dari polisakarida yang berasal dari makanan berserat dan protein sebagai hasil metabolisme mikroba di lumen usus besar. Glutamat berfungsi sebagai prekursor untuk memproduksi butirrat dan asetat yang berperan sebagai zat oksidatif untuk sel epitel usus besar.

Glutamat berperan penting dalam metabolisme asam amino di hati melalui proses transaminasi asam amino dan detoksifikasi terhadap urea. Ini dilakukan melalui peran N-acetylglutamate yang merupakan hasil produksi dari koenzim A dan glutamat di dalam mitokondria hati terhadap siklus urea. Jika glutamat dicerna dalam jumlah yang besar, maka jumlah glutamat di dalam plasma porta juga akan mengalami kenaikan dan meningkatkan metabolisme glutamat di hati. Hal ini akan menimbulkan pelepasan glukosa, laktat, glutamin dan asam amino lain ke dalam sirkulasi sistemik. (Kurtanty dkk, 2018)

### 2.3 Saluran Distribusi

Dunia distribusi memiliki perkembangan dengan kemajuan yang sangat pesat. Kini tersedia banyak saluran untuk melayani berbagai macam kebutuhan konsumen. Strategi jemput bola seperti ini dibuat tidak lain untuk menggaet konsumen lebih cepat dan lebih banyak. Karena konsumen jaman sekarang memiliki keinginan untuk serba cepat, nyaman, dan mudah. Termasuk dalam hal membeli produk. Oleh karena itu, pemasar harus lebih jeli dalam memilih atau menemukan saluran distribusi baru untuk produknya. Akses serta distribusi yang cepat dan kreatif dapat mendongkrak penjualan. Produk-produk yang sukses pun biasanya dipengaruhi oleh kemampuan pemasar dalam mengimplementasikan strategi distribusinya.

Persaingan antar produsen yang semakin ketat membuat produsen hanya dapat menggarap pasar yang telah ada didalamnya dengan perencanaan yang baik. Perencanaan distribusi juga memiliki kaitannya dengan armada penjualan (*sales force*), pengiriman (*delivery*), bagian logistic, administrasi dan divisi lain dalam perusahaan. Dalam rangka mengatasi keterbatasan yang ada maka produsen wajib menyusun saluran distribusinya. Tidak ada perusahaan mana pun yang mampu memenuhi semua kebutuhan konsumennya. Produsen membutuhkan mitra untuk membantu pendistribusian suatu produk atau jasa yang dihasilkan kepada konsumen sebagai pemakainya. Dengan adanya bantuan mitra, konsumen akan dapat menemukan produk yang dibutuhkannya. Proses pemindahan suatu produk atau jasa inilah yang harus dikembangkan dan dikelola sesuai dengan visi dan misi perusahaan dalam suatu kondisi lingkungan tertentu dan sesuai dengan

kebutuhan dan keinginan dari konsumen yang dinamakan manajemen distribusi (Walter, 1977).

Dalam hal distribusi, terdapat dua komponen yang penting yaitu produsen dan konsumen. Produsen sebagai sisi principal berperan agar suatu produk dapat tersebar secara merata. Sementara pada sisi konsumen adalah bagaimana konsumen sebagai pemakai produk dapat memperoleh produk itu dengan mudah. Kedua sisi ini bertemu pada titik temu yaitu faktor kedekatan dan kemudahan. Pemasaran dan pendistribusian *consumer good* disini adalah sebagai berikut :

Tabel 2.1 Pemasaran dan Pendistribusian *Consumer Good*

	<i>Consumer Good</i>
<b>Tradisional Market</b>	Distributor Sub Distributor Toko Pareto Toko Pengecer
<b>Modern Market</b>	Minimarket Swalayan/ Wholeseller Supermarket Hypermarket
<b>Institusi Market</b>	Horeka
<b>Event Market</b>	Pameran, Demo, seminar

Dalam memasarkan produknya, pemasar perlu mempelajari perilaku konsumennya. Seperti pada swalayan kecil seperti indomaret dan alfamart yang sangat tersegmentasi melayani konsumen khusus di daerah permukiman. Perlu dipelajari dan diingat bahwa antara satu permukiman dengan permukiman yang lain memiliki karakteristik pelanggan dan kebutuhan yang berbeda. Oleh karena itu pemilihan produk, merek, dan strategi pajangan pun memiliki standar yang tidak harus sama dari satu lokasi ke lokasi lain.

Ada tiga strategi dasar dalam meningkatkan keuntungan absolut distributor. Pertama adalah mempercepat perputaran barang dalam wilayah yang sama dengan portfolio produk yang sama pula. Kedua, memperluas wilayah distribusi. Ketiga, menambah portfolio produk yang dijual dan didistribusikan ke pelanggan lama dan baru di wilayah lama maupun baru. Dari ketiga strategi ini distributor dapat mengkombinasikan agar tujuan distribusi dapat tercapai. (Suryanto, 2016)

#### **2.4 Distribusi Fisik**

Secara garis besar pendistribusian dapat diartikan sebagai kegiatan pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian barang dan jasa dari produsen ke konsumen, sehingga penggunaannya sesuai yang diperlukan (jenis, jumlah, harga, tempat, dan waktu yang dibutuhkan), karena setelah barang selesai dibuat dan siap untuk dipasarkan, tahap berikutnya dalam proses pemasaran adalah menentukan metode dan rute yang akan dipakai untuk menyalurkan barang tersebut ke pasar. Distribusi fisik adalah segala kegiatan untuk memindahkan barang dalam jangka waktu tertentu. Perpindahan fisik ini dapat berupa perpindahan barang jadi dari jalur produksi ke konsumen akhir dan perpindahan barang mentah dari sumber ke jalur produksi. Dalam terminologi sederhana, sebuah distribusi adalah pipa atau jalur ke pasar (Tjiptono, 2008). Distribusi fisik adalah tugas yang dilibatkan dalam perencanaan, pengimplementasian dan pengendalian aliran fisik bahan barang akhir, dan informasi yang berhubungan dari titik asal ke titik konsumsi untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dalam kondisi untuk mendapatkan laba. Jadi dapat diambil kesimpulan bahwa distribusi fisik adalah pergerakan barang yang meliputi

perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan dari produsen hingga ke konsumen untuk memenuhi kebutuhan pelanggan (Kotler, 2008).

Distribusi Fisik adalah suatu aktivitas pemindahan, penyimpanan, dan penanganan produk dari sebuah bisnis dan seluruh sistem saluran harus dikoordinasikan sebagai satu sistem yang bertujuan untuk meminimalkan biaya distribusi suatu tingkat layanan pelanggan. Baik biaya yang lebih rendah maupun layanan yang lebih baik membantu meningkatkan nilai pelanggan. Dalam sebuah perusahaan, tanggung jawab atas aktivitas distribusi berbeda tersebar di antara beragam departemen-produksi, pengapalan, penjualan, pergudangan, dan lain-lain. Tidak ada satu orang yang bertanggung jawab untuk mengoordinasikan keputusan penyimpanan dan pengapalan atau tingkat layanan pelanggan. Bahkan, jarang sekali perusahaan yang berbeda dalam saluran melakukan kolaborasi. Masing-masing hanya melakukan pekerjaan sendiri. Sayangnya, cara-cara kuno bertahan dalam terlalu banyak perusahaan yang hanya berfokus pada aktivitas fungsional secara individual dibandingkan pada keseluruhan sistem distribusi fisik (Perreault, 2004)

Distribusi fisik merupakan bagian dari penghematan biaya yang potensial dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Bila pengolah pesanan, perancang gudang, manajer sediaan, dan manajer transportasi membuat keputusan, mereka saling mempengaruhi dalam hal biaya dan kapasitas permintaan. Konsep distribusi fisik perlu menjalankan semua keputusan ini dalam rangka kerja yang terpadu. Tugasnya adalah merancang pelaksanaan distribusi fisik dan menghemat biaya sebanyak mungkin serta memberikan tingkat pelayanan kepada konsumen seperti yang diinginkan (Suyanto, 2012)

## 2.5 Distribusi Intensif

Distribusi intensif yaitu suatu strategi distribusi yang digunakan oleh produsen dengan cara mendistribusikan produknya pada semua gerai ritel yang mungkin menjualnya. Dalam strategi ini akan menempatkan produk pada pengecer (*retailer*) serta beberapa distributor di berbagai tempat. Produk yang dipasarkan menggunakan metode distribusi intensif adalah *convenience product* dan *industrial supplier* seperti permen, surat kabar, rokok, minuman ringan, pasta gigi, dan lainnya. Strategi ini sangat cocok digunakan untuk produk atau barang kebutuhan pokok sehari-hari yang memiliki permintaan dan tingkat konsumsi yang tinggi. Distribusi intensif memiliki keunggulan adalah produk perusahaan tersedia luas di pasar sehingga dapat meningkatkan *brand exposure* dan *consumer convenience*. Selain memiliki keunggulan, distribusi intensif juga memiliki resiko yaitu item produk yang dijual relative murah harganya dan tingkat perputaran cepat, sulit mengendalikan gerai retail yang jumlahnya banyak dan tersebar luas dan komitmen pengecer untuk melakukan promosi produk relative rendah. Distribusi intensif diukur oleh dua aspek yaitu *wide and deep*. *Wide* artinya meratakan distribusi produk. *Deep* berarti menciptakan stok dan *merchandising* yang cukup untuk tiap *targeted store* (Kodrat, 2009).