

**ASPEK PERENCANAAN DISTRIBUSI ROKOK KRETEK
DI KABUPATEN TOLITOLI**

*Muhammad Iqbal¹, Nursifa², Daniati Hi. Arsyad³, Syarif Makmur⁴
^{1,2,3,4}Program Studi Ilmu Administrasi Negara Universitas Madako Tolitoli
*Email: muhammadiqbal@umada.ac.id

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui perencanaan distribusi rokok kretek di Kabupaten Tolitoli. Jenis penelitian bersifat deskriptif kualitatif dengan informan penelitian berjumlah 10 orang yang terpilih secara *purposive sampling*. Peneliti mengumpulkan data dan informasi melalui observasi, wawancara dan dokumentasi pada bulan Agustus hingga Oktober 2022. Selanjutnya data dianalisis dengan model dari B. Mathew Miles dan A. Michael Huberman, dengan tiga aktivitas yaitu: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi. Hasil penelitian yang dianalisis dengan konsep perencanaan (planning) menurut George Terry menunjukkan bahwa kegiatan distribusi rokok yang dipengaruhi kebijakan kenaikan tarif cukai rokok memiliki tantangan berkaitan kondisi finansial outlet dan munculnya kompetitor masing-masing menawarkan harga rokok murah. Karena itu, perusahaan-perusahaan tersebut perlu menyusun program penunjang distribusi seperti pemberian *merchandise* atau bonus potongan harga bagi konsumen, meningkatkan promosi produk melalui media sosial, menambah tenaga penjualan (salesman), dan mengevaluasi harga rokok yang ditetapkan masing-masing perusahaan.

Kata Kunci: Perencanaan; Distribusi; Rokok

ABSTRACT

The study aims to determine the distribution planning of kretek cigarettes in the Tolitoli District. This type of research is descriptive qualitative on ten research informants selected by purposive sampling. Researchers collected data and information through observation, interviews, and documentation from August to October 2022. Then the data were analyzed using the model of B. Mathew Miles and A. Michael Huberman, with three activities: data reduction, data presentation, and conclusion/verification. The study results were analyzed using the planning concept based on George Terry, indicating that cigarette distribution activities influenced by the policy of increasing cigarette excise rates have challenges related to the financial condition of outlets and the emergence of competitors each offering cheap cigarette prices. Therefore, these companies need to develop distribution support programs such as providing merchandise or discounted bonuses for consumers, increasing product promotion through social media, adding salespeople, and evaluating the cigarette prices set by each company.

Keywords: Planning; Distribution; Cigarette

PENDAHULUAN

Tahun 2022 pemerintah memberlakukan kenaikan tarik cukai rokok sebesar 12%. Putusan tersebut diatur dalam Peraturan Menteri Keuangan Nomor 192/PMK.010/2021 tentang Tarif Cukai Hasil Tembakau berupa Sigaret, Cerutu, Rokok Daun atau Klobot, dan Tembakau Iris. Kenaikan ini dipercaya dapat meminimalisir dampak ekonomi akibat pandemi covid-19, sekaligus meningkatkan penerimaan negara di sektor privat. Meski kebijakan ini kadang dianggap kurang populis, namun kebijakan kenaikan tarif cukai rokok dinilai pemerintah salah satu kebijakan yang dibutuhkan untuk kepentingan nasional. Hal ini merujuk pada pandangan Thomas R. Dye bahwa kebijakan publik sebagai segala sesuatu yang dikerjakan pemerintah, mengapa mereka melakukan, dan hasil yang membuat kehidupan bersama tampil beda (Nugroho, 2003).

Outlet kecil seperti kios dan rombongan tentu merasakan dampaknya. Selain naiknya harga rokok, juga meningkatnya persaingan harga dan promosi perusahaan kompetitor. Sementara, perusahaan rokok mengalami penurunan omset penjualan dari tahun-tahun sebelumnya. Lalu, banyak melakukan evaluasi perencanaan, mengubah model strategi distribusi, menyusun ulang instrumen penilaian (assesment) kinerja bagi karyawan yang tidak produktif atau capai target, dan lain-lain. Upaya yang dilakukan tersebut semata-mata untuk mencapai tujuan perusahaan yang telah ditentukan dalam tahapan perencanaan. Dengan demikian, dibutuhkan manajemen sebagai suatu motor penggerak dalam organisasi, dengan cara mengkoordinasikan suatu fungsi-fungsi tertentu, sekaligus merupakan seni dalam menciptakan dan mengadakan suatu tindakan keputusan pelaksanaan kegiatan. Sedangkan perencanaan adalah langkah paling awal yang sangat menentukan kualitas manajemen perusahaan.

George Terry berpandangan bahwa aktifitas dalam perencanaan (planning), yaitu memikirkan secara cermat untuk mempertimbangkan, menentukan dan mengatur faktor – faktor yang dibutuhkan dalam mengerjakan sesuatu kegiatan (Terry, 2009). Berkaitan dengan distribusi, Oentoro (Suryanto, 2016) mengemukakan distribusi sebagai kegiatan pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian barang dari produsen sampai ke tangan konsumen, sehingga penggunaannya sesuai dengan jenis, jumlah, harga, tempat, dan waktu yang dibutuhkan.

Untuk menekan biaya pengeluaran dalam distribusi barang atau produk yang terlalu besar, perusahaan harus mampu menyusun perencanaan yang matang. Tidak hanya rencana jangka panjang, tetapi pada kelangsungan hidup perusahaan itu sendiri (Makmur, 2015). Diantaranya, meminimalkan biaya transportasi dengan menyusun jadwal keberangkatan dari pengangkutan (Idris, 2018); menentukan arah atau rute perjalanan yang harus ditempuh (Sitorus, 2023), (Tannady, H ; Pratama, Y., 2019); biaya dan jenis bahan bakar, memperhatikan sarana transportasi yang digunakan untuk menjamin kelancaran mobilitas arus barang (Limei et al., 2018), (Auliasari, K., Kertaningtyas, M., & Basuki, 2018); tenaga distributor dan akomodasi dengan jarak tempuh yang jauh (Yudith, 2005). Selanjutnya tenaga *marketing/salesman* harus memiliki kemampuan interpersonal skill, salesman skill, technical skill dan motivasi terhadap kinerja penjualan (Amalia et al., 2018), (Islami, F. A., & Ferdinand, 2012). Terakhir, dibutuhkan strategi pemantauan distribusi pemasaran untuk memperoleh data permintaan produk (Abadi, 2003). Tindakan-tindakan ini juga dilakukan pada industri atau perusahaan rokok.

Banyaknya perusahaan rokok dengan berbagai macam jenis dan mereknya berkomitmen memenangkan persaingan industri rokok dan memenuhi keinginan atau kepuasan konsumen. Akan tetapi perkembangan itu tidak sebanding dengan berkembangnya masalah distribusi rokok itu sendiri. Hambatan umum yang dihadapi perusahaan distribusi rokok, antara lain: keterlambatan pengiriman dari distributor ke outlet dan tidak sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen, kemampuan menjual *salesman* yang rendah, harga murah ditawarkan perusahaan pesaing hingga selera konsumen yang lebih mempertimbangkan harga daripada melihat merek (*brand*) rokok, aturan larangan distribusi rokok di kawasan khusus, kebijakan kenaikan tarif cukai rokok yang mengurangi omset penjualan, dan lain-lain.

TOLIS ILMIAH: JURNAL PENELITIAN

Vol. 5, No. 2, November 2023

Kondisi ini juga dialami perusahaan-perusahaan distribusi rokok kretek terkenal, seperti: PT.HM Sampoerna, PT. Gudang Garam, dan PT. Djarum. Ketiga perusahaan ini terus bersaing memperluas wilayah distribusinya hingga kabupaten/kota di Indonesia, termasuk di Kabupaten Tolitoli provinsi Sulawesi Tengah.

Tolitoli merupakan Kabupaten yang sejak 1990-an terkenal sebagai kota cengkeh. Sebutan ini cukup beralasan mengingat hampir seluruh masyarakat memiliki lahan cengkeh yang merupakan pendapatan utama masyarakat Tolitoli. Tentunya dengan prospek yang menjanjikan akan meningkatkan pendapatan daerah dan devisa negara (Hanapi et al., 2021).

Berdasarkan hasil proyeksi penduduk tahun 2021, diperoleh total jumlah penduduk Kabupaten Tolitoli sebanyak 226.796 orang, dengan luas wilayahnya 4.079,77 km². Wilayah dengan penduduk terpadat berada di Kecamatan Baolan dan Kecamatan Galang, masing-masing sebanyak 173 dan 92 penduduk per km persegi. Adapun luas perkebunan cengkeh di Kabupaten Tolitoli pada tahun 2022 yaitu 37.784 Ha (BPS Kabupaten Tolitoli, 2023). Dengan potensi pasar yang menjanjikan, banyak perusahaan-perusahaan rokok bersaing masuk ke Kabupaten Tolitoli untuk memperluas wilayah distribusinya, sekaligus produsen dengan mudah memperoleh bahan baku utama, cengkeh.

Tabel.1 Luas Lahan Perkebunan Cengkeh berdasarkan Kecamatan di Kabupaten Tolitoli

Kecamatan Subdistrict	Cengkeh/Glove	
	2021	2022*
(1)	(14)	(15)
Dampal Selatan	3 961	3 913
Dampal Utara	458	433
Dondo	2 409	2 419
Ogodeide	9 807	9 955
Basidondo	732	762
Baolan	11 188	11 072
Lampasio	297	297
Galang	5 971	5 947
Tolitoli Utara	1 707	1 691
Dako Pemear	1 269	1 295
Tolitoli	37 799	37 784

Sumber: BPS Kabupaten Tolitoli, Tahun 2023
(<https://tolitikab.bps.go.id/publication.html>)

Kegiatan-kegiatan perusahaan tersebut, termasuk anak perusahaannya mencakup pelayanan pada konsumen dan berusaha mendistribusi atau menjual produknya ke berbagai sub agen dan outlet (grosir dan retail tradisional) di wilayah distribusinya. Jadi, disamping berperan dalam kegiatan *place* (distribusi) juga melakukan *promotion* (promosi).

Dalam melakukan distribusi, persoalan harga rokok menjadi hambatan utama menurunnya permintaan produk rokok kretek di Kabupaten Tolitoli. Berdasarkan data yang diperoleh, pada kuartal ke-3, juli - september 2022, rata-rata omset perusahaan rokok di Kabupaten Tolitoli menyentuh di atas 1 juta batang rokok perminggu. Seiring dengan kenaikan harga rokok, imbas dari kebijakan menaikkan tarif cukai rokok, omset perusahaan-perusahaan tersebut rata-rata mengalami penurunan hingga 1 juta batang, disertai penurunan target penjualan. Dampak kenaikan harga tersebut

Muhammad Iqbal, Nursifa, Daniati Hi. Arsyad, & Syarif Makmur (2023). Aspek Perencanaan Distribusi Rokok Kretek di Kabupaten Tolitoli. *Tolis Ilmiah: Jurnal Penelitian*. 5(2), 91-99.

menyebabkan tidak sedikit konsumen beralih mengkonsumsi produk rokok Tier dengan harga relatif murah berkisar di bawah Rp.10.000/ bungkus.

Dampak lainnya yakni berkurangnya minat konsumen terhadap jenis (brand) rokok unggulan perusahaan. Berdasarkan hasil observasi pada outlet (grosir atau retail) di Kabupaten Tolitoli, produk rokok PT. Sampoerna, seperti 16 Amild, 12 Amild, 20 Marlboro dan 16 Djisamsoe mengalami penurunan permintaan konsumen. Sedangkan pada produk unggulan PT.Djarum seperti: 20 LA bold, 16 LA Linght / mentol / ice juga mengalami hal yang sama.

Dengan demikian kenaikan harga rokok yang ditetapkan perusahaan berdampak pada minat sub agen dan outlet membeli jenis-jenis (brand) rokok yang ditawarkan perusahaan.

Berdasarkan hasil observasi penelitian, diperoleh beberapa permasalahan, yaitu:

1. Target distribusi produk rokok kretek di Kabupaten Tolitoli hingga kuartal 3 tahun 2022 belum tercapai. Terutama, pemerataan semua merek (*brand*) rokok kretek perusahaan.
2. Minimnya program penunjang distribusi misalnya pemberian insentif bagi outlet berupa *merchandise* atau bonus potongan harga untuk menarik minat outlet.
3. Kurangnya tenaga lapangan dalam melakukan kegiatan distribusi, yang terdiri dari sopir armada dan Salesman. Sehingga, jika ada tim yang tidak masuk kerja, maka tim dalam kota atau petugas gudang diperbantukan untuk mengganti sementara. Disamping, memiliki beban kerja yang tidak ringan.
4. Model kerjasama tim lebih terkesan kurang produktif dalam mengoptimalkan kegiatan distribusi, tanpa ditunjang dengan pengalaman, evaluasi dan peningkatan kompetensi atau keahlian *salesman* di lapangan.

Dengan adanya temuan observasi di atas, maka menggiring penulis untuk melakukan studi ilmiah mengenai aspek perencanaan distribusi produk rokok kretek di Kabupaten Tolitoli. Masalah yang dirumuskan dalam penelitian ini mengambil pendekatan pemecahan masalah (Usniati, 2011). Pendekatan pemecahan masalah dalam penelitian ini meminjam konsep perencanaan (*planning*) dalam teori manajemen menurut George Terry, perencanaan menentukan tujuan-tujuan yang dicapai selama suatu masa yang akan datang dan apa yang harus diperbuat agar mencapai tujuan-tujuan itu (Terry, 2021).

Publikasi mengenai distribusi produk oleh perusahaan distribusi telah banyak dihasilkan. Diantanya, pentingnya metode *suplay chain management* untuk stok dan pendistribusian barang (Apriyan, A., & Zulfikar, 2023); promosi melalui spanduk dan media sosial (Yanuar, 2023); mengadakan bakti sosial dengan melibatkan komunitas pasca pandemi covid-19 (Wening et al., 2023), peningkatan kualitas produk daripada harga dalam meningkatkan pembelian dan efisiensi biaya pemasaran (Joshua & Padmalia, 2017). Dari penelitian-penelitian yang ada, belum pernah dilakukan pada aspek perencanaan distribusi rokok kretek di Kabupaten Tolitoli.

METODE

Penelitian dilakukan pada bulan Agustus hingga Oktober 2022 di Kabupaten Tolitoli. Data dan informasi dikelola dan dianalisis secara deskriptif kualitatif. Artinya, data yang terkumpul berbentuk kata-kata, atau gambar, bukan menekankan pada angka, dan hubungan dua atau lebih variabel. Pemilihan terhadap jenis penelitian ini didasari ketertarikan peneliti untuk memahami situasi sosial yang mencakup sumber

informasi, tempat, dan aktivitas pada objek atau subjek penelitian (Herdiansyah, 2010). Informan penelitian berjumlah 13 orang yang terpilih secara *purposive sampling* (Herdiansyah, 2010), yaitu: 2 orang tenaga penjualan (*salesman*), 2 orang pemilik sub agen, 3 orang pemilik *outlet*, dan 6 orang konsumen (perokok). Sumber data diperoleh dari observasi, wawancara dan dokumentasi. Selanjutnya dianalisis dengan model analisis data menurut B. Mathew Miles dan A. Michael Huberman, terdiri dari tiga aktivitas yaitu; reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/ verifikasi (Ghony, M. Djunaidi & Almanshur, 2012).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Apa yang harus dikerjakan ?

Dalam pelaksanaannya, perusahaan-perusahaan rokok kretek di Kabupaten Tolitoli berupaya memberikan kepuasan konsumen dengan memastikan ketersediaan produk yang di distribusikan sampai kepada konsumen melalui jaringan sub agen dan outlet (grosir dan ritail) di wilayah/ distrik distribusinya. Jadi, disamping berperan dalam kegiatan *place* (distribusi) juga melakukan *promotion* (promosi) yaitu: 1) Memastikan konsumen mendapatkan rokok dengan lebih mudah/terjangkau, hemat, dan dalam keadaan tidak kadaluarsa (no expired); dan 2) Mengelola kegiatan promosi khususnya kegiatan penjualan secara maksimal. Kaitannya dengan ini, Salesman merupakan ujung tombak perusahaan dalam mewujudkan fungsi *place* dan *promotion*.

Pada tahun 2022, di bawah pengawasan kantor area dan regional, PT.HM Sampoerna, PT. Gudang Garam, dan PT. Djarum memiliki target distribusi berupa pemerataan merek (*brand*) rokok. Setidaknya harus terjual 90 % merek (*brand*) rokok di setiap outlet. Namun hal itu belum tercapai sesuai harapan, sehingga berdampak pada pemberian sanksi secara berjenjang, kepada pimpinan dan karyawan. Dari hasil pengamatan dan wawancara, adapun penyebabnya, antara lain:

1. Kondisi finansial outlet yang kurang mampu membeli dan menjual *brand* yang ada;
2. Pengaruh lingkungan, yakni para perokok (smokers) dengan pendapatan pekerjaan tidak tetap, seperti petani membeli rokok dengan harga murah, sementara harga standar produk rokok unggulan rata-rata Rp. 15.000 per bungkus;
3. Masuknya kompetitor ke outlet-outlet dengan menawarkan produknya dibawah harga rokok lainnya.

Kapan pekerjaan itu dilakukan?

Penentuan waktu kerja didasarkan pada kebutuhan perusahaan masing-masing dengan memperhatikan peraturan perundangan-undangan yang berlaku. Adapun jam kerja yang umumnya diberlakukan:

Senin s.d. Jumat : 08.00-17.00
Istirahat 1 (satu) jam : 12.00-13.00

Adapun kerja lembur diatur karena kebutuhan perusahaan yang mendesak dan harus segera diselesaikan. Jumlah jam kerja lembur maksimum selama 1 (satu) minggu, yaitu 18 (delapan belas) jam sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku, kecuali jika ada ijin khusus.

Kegiatan distribusi yang dilakukan oleh perusahaan rokok kretek di Kabupaten Tolitoli mengikuti hari aktif kerja karyawan senin – jum'at. Namun terkadang karyawan diwajibkan masuk bekerja di hari sabtu untuk melakukan *topping up* penjualan dan evaluasi kinerja.

Dalam mengawali pekerjaan, para karyawan melakukan absen pagi menggunakan aplikasi *online* pada *mobile* android. Jika terdapat karyawan yang lambat datang, dan tanpa keterangan maka perusahaan berhak memberikan sanksi kepada yang bersangkutan.

Pukul 12.00-13.00 merupakan waktu istirahat karyawan. Pukul 17.00 karyawan kembali mengisi absensi pulang. Waktu pulang bersifat fleksibel atau kondisional tergantung beban kerja atau pencapaian target mingguan. Adapun waktu lembur karyawan yang umumnya terpantau diberlakukan sesuai aturan perusahaan, yaitu diluar hari kerja, misalnya pada hari-hari libur nasional.

Sedangkan bagi karyawan yang tidak bekerja dalam seminggu, wajib memaksimalkan pekerjaannya di hari lain untuk mengejar ketertinggalan target yang diberikan. Salesman kemudian melakukan pemetaan rute dengan potensi outlet-outlet yang kemungkinan mudah untuk menerima produk.

Bagaimana melakukan pekerjaan itu?

Sebagaimana dikemukakan sebelumnya salesman merupakan ujung tombak perusahaan. Artinya, berhasil tidaknya kegiatan distribusi rokok kretek tergantung kemampuan atau keahlian *salesman* rokok dalam melakukan promosi kepada sub agen dan outlet (grosir dan retail) di wilayah distribusinya. Selain keahlian, *salesman* memiliki aturan perusahaan, dan buku saku (hand book) sebagai pedoman dalam menjalankan aktifitas distribusi.

Salesman mempunyai standar dalam melakukan kunjungan ke outlet yang diatur dalam Buku Saku Salesman. Tanpa standarisasi, salesman kebingungan, boros waktu, pembicaraan kemana-mana dan tanpa arah dalam melakukan kunjungan, sehingga menjadi tidak efektif dan efisien. Standarisasi kunjungan tersebut dinamakan *Step of The Call*. Berdasarkan data penelitian yang dikumpulkan, ada 9 langkah yang dilakukan salesman dalam melakukan distribusi rokok, yaitu:

1. Persiapan, yaitu: Salesman mempersiapkan aspek administrasi serta kelengkapan untuk melakukan kunjungan. Diantanya, proses administrasi pengambilan rokok, pengambilan materi promosi, pengambilan biaya operasional, pengambilan dana promo, dan perlengkapan operasional berupa tools-tools kelengkapan dan peralatan penunjang aktivitas kunjungan
2. Pendekatan, yaitu salesman membangun keakraban (relationship) dengan pemilik outlet. Cara yang dilakukan dengan observasi sebelum melakukan kontak dengan outlet. Selanjutnya menanamkan kesan pertama melalui penampilan, perkenalan, bahasa tubuh positif, dan bisa diterima oleh outlet. Kemudian berlanjut dalam proses komunikasi yang lebih intens dan efektif untuk membangun kesetaraan dengan outlet.
3. *Check Stock*, yaitu salesman menggali informasi mengenai kondisi produk outlet baik dari kuantitas maupun kualitas, agar supaya produk selalu berada pada kondisi yang tepat. Meliputi; check total stock, periksa kondisi rokok, stok pada saat kunjung, dan pemeriksaan harga di outlet.
4. Presentasi, yaitu salesman berbicara di hadapan satu atau sejumlah orang untuk membujuk, memberi informasi, atau untuk meyakinkan mereka mengenai kualitas dan kuantitas produk rokok yang ditawarkan.
5. *Closing* merupakan momen dimana proses transaksi terjadi melalui tercapainya kesepakatan dengan outlet mengenai produk yang akan dibeli dan dalam jumlah berapa. *Salesman* mengejar momen terjadinya penjualan kepada pemilik outlet.
6. Administrasi, yaitu salesman melakukan proses pencatatan, perekapan bentuk penjualan dan informasi-informasinya yang terjadi di outlet. Tujuannya, data-data transaksi ataupun kondisi produk di outlet bisa tercatat untuk dapat dianalisa lebih lanjut.
7. Pemajangan Produk, yaitu kegiatan salesman pada saat melakukan kunjungan yang bertujuan untuk membuat rokok di outlet terlihat oleh konsumen di tempat dan aturan yang seharusnya.
8. Pemasangan materi promosi/jualan di dalam dan sekitar outlet untuk membuat konsumen tertarik. Misalnya, *sticker, shelf strip, bumper sticker, shopblind small, shopblind standard, dan shopblind big*.

9. Pengumpulan data, yaitu salesman mengumpulkan data agar bisa menggali informasi yang seluas luasnya terhadap kondisi pasar.

Ke-9 (sembilan) langkah di atas, dilakukan dengan model kerjasama tim. Jika ada tim yang tidak mencapai target mingguan atau bulanan maka tim lain berkewajiban turut membantu. Artinya, target yang diberikan adalah target bersama perusahaan.

Dalam melakukan distribusi, salesman mendapat dukungan biaya operasional kerja di lapangan, seperti biaya bahan bakar, uang konsumsi, dan biaya penginapan jika berada di luar kota, disamping hak-hak yang diatur dalam peraturan perusahaan juga diberikan.

Adapun monitoring dan evaluasi kerja dilakukan secara internal perusahaan maupun eksternal (kantor area/regional). Gunanya untuk memperoleh gambaran pelaksanaan kegiatan distribusi, baik kelebihan maupun kekurangannya. Secara internal, setiap aktivitas harian petugas lapangan wajib mendokumentasikan pekerjaan atau laporan dan melakukan absensi secara elektronik. Kegiatan ini mendapatkan pengawasan dan penilaian kinerja langsung dari pimpinan perusahaan. Karyawan yang mendapatkan penilaian yang positif dan berprestasi, akan mendapatkan jenjang karir yang bagus

Siapa yang ditugaskan melakukan pekerjaan?

Setiap karyawan yang diterima bekerja di perusahaan rokok kretek terlebih dahulu mendapatkan pelatihan kerja dan pemahaman mengenai aturan atau Standar Operasional Procedure (SOP) perusahaan. Semua karyawan diberikan haknya secara adil, berupa gaji pokok dan tunjangan, upah, fasilitas dan keselamatan kerja, program jaminan sosial, cuti dan izin, serta segala jenis bantuan perusahaan sebagaimana dijelaskan dalam peraturan perusahaan.

Salesman dan asisten salesman (sopir) sebagaimana disebutkan sebelumnya merupakan ujung tombak perusahaan dalam distribusi yang bertanggungjawab dalam pemerataan distribusi produk rokok kretek ke semua outlet operasional.

Adapun peran Salesman, yaitu:

1. Salesman bertugas bukan hanya mengejar volume penjualan, namun menjaga keberadaan stok produk agar jangan sampai kosong sehingga mencukupi kebutuhan outlet sampai pembelanjaan berikutnya.
2. Salesman bertugas melakukan kegiatan promosi seperti melakukan pemajangan produk, pemasangan POSM, eksekusi program - program marketing dengan tujuan untuk meningkatkan awareness, selling out serta linkage ke Grosir/SA.
3. Salesman bertugas melakukan kunjungan ke semua outlet dan memaksimalkan distribusi produk sehingga availability bisa tercipta sesuai dengan area coverage masing-masing. Disamping itu juga berperan dalam penggalian informasi- informasi yang ada di outlet, sehingga bisa dipergunakan sebagai analisa dalam perlakuan kita terhadap outlet agar efektif dan tepat sasaran.

Salah satu kendala dalam melakukan distribusi yaitu kurangnya tenaga penjualan (Salesman). Sementara target dan beban pekerjaan tinggi. Hal ini juga dikeluhkan seorang salesman saat diwawancarai. Jika ada tim yang tidak masuk kerja, maka tim dalam kota atau petugas gudang perusahaan diperbantukan sementara.

Sub agen merupakan tim *dropping* dengan fungsi meningkatkan level stok pada toko-toko yang mempunyai kondisi finansial di atas grosir atau sama. Tujuannya, mempermudah outlet grosir maupun retail tradisional mendapatkan stok rokok tanpa harus selalu menunggu atau bergantung pada salesman yang kunjungannya terhitung pling cepat seminggu sekali.

Keberhasilan distribusi juga tidak lepas dari bantuan admin gudang yang selalu siap memastikan ketersediaan stok rokok yang akan dibawa setiap harinya. Demikian juga tim admin penjualan dan biaya dalam memantau pencapaian omset, dan keperluan administrasi semua salesman. Pimpinan memberikan dukungan dan menyusun strategi dalam menghadapi kendala distribusi hingga tercapainya target yang diberikan.

Dimana pekerjaan itu akan dilakukan?

Saai ini masing-masing perusahaan menangani cakupan Sub Agen (SA) dan outlet.

Sub agen dan outlet tersebar dalam beberapa wilayah manajemen distribusi yang disebut distrik. Sedangkan distrik terdiri dari gabungan dari beberapa rute. Dalam satu distrik terdapat ratusan outlet.

Mengapa pekerjaan dilakukan?

Distribusi yang dilakukan perusahaan rokok kretek juga disebut sebagai suatu upaya dari kegiatan pemasaran yang pada akhirnya diharapkan agar dapat memperlancar serta mempermudah proses distribusi produk dari produsen ke konsumen di wilayah teritori distribusinya. Aktivitas distribusi ini sudah pasti memiliki alasan mengapa distribusi produk tersebut dilakukan.

1. Menyalurkan produk rokok.

Ada 2 hal yang menjadi alasan dalam menyalurkan produk rokok kretek di Tolitoli, yaitu:

1. Pelaku kegiatan distribusi yang disebut sebagai distributor atau tim *salesman* harus dapat memastikan bahwa produk tersebut bisa benar-benar sampai pada target sub agen dan outlet yang membutuhkannya dengan kualitas baik dan jumlah (stock) yang selalu ada.
2. Memudahkan konsumen mendapatkan produk rokok kretek sesuai keinginan. Pasalnya, untuk produk rokok tersebut, konsumen tidak bisa langsung mendapatkannya dari perusahaan tetapi memerlukan proses perantara.
3. Meratakan merek (brand) rokok. Pemerataan produk pada dasarnya bisa dicapai jika memang aktivitas distribusi cenderung dilakukan dengan beberapa metode. Misalnya saja seperti kegiatan distribusi yang melibatkan banyak pihak mulai dari pihak agen hingga grosir dan sampai kepada pengecer.
4. Meningkatkan nilai produk. Adanya kegiatan distribusi yang dilakukan perusahaan rokok sudah pasti untuk meningkatkan nilai produk yang akan disalurkan dari perusahaan ke sub agen dan outlet di wilayah teritorinya. Dengan rata-rata harga rokok 15.000 ribu perbungkus yang di tawarkan di outlet-outlet, maka nantinya ada pemasukan dengan jumlah yang cukup besar sehingga modal bisa kembali dan profit juga bisa didapatkan.
5. Memperlancar proses produksi

Dengan proses distribusi berjalan lancar maka tentunya hasil produksi rokok meningkat yang akan berdampak pada perkembangan perusahaan. Artinya jumlah produk yang diproduksi dan didistribusikan meningkat. Oleh karena kegiatan distribusi rokok di Kabupaten Tolitoli diharapkan bekerja semaksimal mungkin agar bisa mencapai target.

KESIMPULAN

Hasil penelitian yang dianalisis dengan konsep perencanaan (planning) menurut George Terry, menunjukkan bahwa kegiatan distribusi rokok yang dipengaruhi kebijakan kenaikan tarif cukai rokok memiliki tantangan berkaitan kondisi finansial outlet dan munculnya kompetitor masing-masing menawarkan harga rokok murah. Karena itu, perusahaan-perusahaan tersebut perlu menyusun program penunjang distribusi seperti pemberian merchandise atau bonus potongan harga bagi konsumen, meningkatkan promosi produk melalui media sosial, menambah tenaga penjualan (salesman), dan mengevaluasi harga rokok yang ditetapkan perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abadi, I. W. A. (2003). *TA : Aplikasi Sistem Informasi Berbasis Geografi untuk Mendukung Pemantauan Distribusi Pemasaran Produk CV. Mama & Leon di Wilayah Bali*. Universitas Dinamika.
- Amalia, I., Riyanto, M., & Farouk, U. (2018). Pengaruh Interpersonal Skill, Salesmanship Skill, Technical Skill, Dan Motivasi Terhadap Kinerja Tenaga Penjualan Pada Pt United Tractors Tbk. *Amalia, Ilma; Riyanto, Makmun, Farouk, Umar, 19(2)*, 107–118.
- Apriyan, A., & Zulfikar, A. F. (2023). *Implementasi Supply Chain Management (SCM) Untuk*
-
- Muhammad Iqbal, Nursifa, Daniati Hi. Arsyad, & Syarif Makmur (2023). Aspek Perencanaan Distribusi Rokok Kretek di Kabupaten Tolitoli. *Tolis Ilmiah: Jurnal Penelitian*. 5(2), 91-99.

TOLIS ILMIAH: JURNAL PENELITIAN

Vol. 5, No. 2, November 2023

- Stok Dan Pendistribusian Barang Pada CV. Seloagro Berbasis Web.* 2(2), 558–567.
- Auliasari, K., Kertaningtyas, M., & Basuki, D. W. L. (2018). *Optimalisasi Rute Distribusi Produk Menggunakan Metode Traveling Salesman Problem.* 16(1), 15–23.
- BPS Kabupaten Tolitoli. (2023). *Kabupaten Tolitoli Dalam Angka 2023.* Badan Pusat Statistik Kabupaten Tolitoli. <https://tolitolikab.bps.go.id/publication.html>
- Ghony, M. Djunaidi & Almanshur, F. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif.* Jogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Hanapi, H., Chairil, A., & Damayanti, L. (2021). Analisis Pemasaran Cengkeh di Kecamatan Baolan Kabupaten Tolitoli. *Kronologis*, 9, 296–302.
- Herdiansyah, H. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-Ilmu Sosial.* Jakarta: Salemba Humanika.
- Idris, M. (2018). Analisis Rencana Pendistribusian Rokok Guna Meminimalkan Biaya Transportasi Pada Pt. Surya Madistrindo Cabang Kisaran. *Jurnal Bisnis Net*, 1(1), 2021–3982.
- Islami, F. A., & Ferdinand, A. T. (2012). *Analisis Pengaruh Hard Skill, Soft Skill, Dan Motivasi Terhadap Kinerja Tenaga Penjualan (Studi Pada Tenaga Kerja Penjualan PT. Bumiputera Wilayah Semarang).*
- Joshua, D., & Padmalia, M. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Entrepreneur Dan Entrepreneurship*, 5(1), 27–32. <https://doi.org/10.37715/jee.v5i1.384>
- Limei, H., Tannady, H., & Nurprihatin, F. (2018). Meminimumkan Biaya Transportasi pada Capacitated Vehicle Routing Problem dengan Metode Heuristik Kata kunci-Capacitated Vehicle Routing Problem; Metode Heuristik; Nearest Neighbour; Nearest Insert; Clarke and Wright's Savings Algorithm. *Seminar Rekayasa Teknologi*, 605–613.
- Makmur, S. (2015). Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Pada S-Mart Swalayan Pasir Pengaraian). *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos*, 3(1), 41–56.
- Nugroho, R. (2003). *Kebijakan Publik Formulasi, Implementasi dan Evaluasi.* Jakarta: PT Elek Media Komputindo.
- Sitorus, E. (2023). UPAYA PEMINIMALAN BIAYA DISTRIBUSI DENGAN MERENCANAKAN RUTE PENGIRIMAN MENGGUNAKAN METODE SAVING MATRIX. *Jurnal Aplikasi Ilmu Teknik Industri (JAPTI)*, 3(2).
- Suryanto, H. H. (2016). *Sistem Operasional Manajemen Distribusi.* Jakarta: PT. Grasindo.
- Tannady, H; Pratama, Y., D. (2019). Spektrum industri. *Analisis Perencanaan Persediaan Bahan Baku Menggunakan Metode Economic Order Quantity Dengan Pertimbangan Stockout Cost (Studi Kasus Pt. Multi Logam Presisi)*, 17(2), 93–98.
- Terry, G. R. (2009). *Prinsip-prinsip Manajemen.* Jakarta: Bumi Aksara.
- Terry, G. R. (2021). *Dasar-Dasar Manajemen Edisi Revisi.* Jakarta: Bumi Aksara.
- Usniati, M. (2011). *Meningkatkan Kemampuan Penalaran Matematika Melalui Pendekatan Pemecahan Masalah.* Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Wening, M. C., Novianti, W., Setiansah, M., & Soedirman, U. J. (2023). STRATEGI CONSUMER PROMOTION PT . SURYA MADISTRINDO (SUBSIDIARY OF PT . GUDANG GARAM , TBK) AREA OFFICE PURWOKERTO DI MASA PASCA PANDEMI COVID 1. 8(2), 159–170.
- Yanuar, D. (2023). Strategi promosi rokok hill gayo dalam meningkatkan minat konsumen pr bako gayo. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa (JIM) Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 8(1).
- Yudith, N. F. (2005). *Analisis Distribusi Selling-In untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran (Dalam Hubungan Antara PT. Expand Berlian Mulia dengan Outlet-Outletnya di Wilayah Jawa Tengah dan Yogyakarta).* Universitas Diponegoro.