



## PROSEDUR SALURAN DISTRIBUSI PUPUK PADA CV. SUMBER AGUNG SANGATTA

Erna Andriani<sup>1</sup>, Siti Aisyah<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Nusantara Sangatta  
Alamat Korespondensi : [eandriani623@gmail.com](mailto:eandriani623@gmail.com)

Diterima: Januari 2023; Disetujui: Februari 2023; Dipublish: Maret 2023

**Abstract:** *The aim of this research is to analyze the fertilizer distribution channel procedure at CV. Great Source of Sangatta. The research analysis uses descriptive qualitative, namely in the form of a series of information extracted from the results of the research but are still verbal facts, or still in the form of statements made since preparation before entering the field, during the field and after completion in the field. The results showed that the distribution channels used were indirect distribution channels from producers to consumers.*

**Keywords:** *Procedure; Distribution Channel; Warehouse; Stall*

**Abstrak:** *Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis prosedur saluran distribusi pupuk pada CV. Sumber Agung Sangatta. Analisis penelitian menggunakan deskriptif kualitatif, yaitu berupa serangkaian informasi yang digali dari hasil penelitian tetapi masih merupakan fakta-fakta verbal, atau masih dalam bentuk keterangan-keterangan yang dilakukan sejak persiapan sebelum memasuki lapangan, selama dilapangan dan setelah selesai di lapangan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa saluran distribusi yang digunakan adalah saluran distribusi tidak langsung dari produsen ke konsumen.*

**Kata Kunci:** *Prosedur; Saluran Distribusi; Gudang; Kios*

**How to Cite:** Andriani, Erna (2023). Prosedur Saluran Distribusi Pupuk pada CV. Sumber Agung Sangatta. *Jurnal Tinta Nusantara*, 9 (1): 023-030

\* DOI: <http://dx.doi.org/10.55770/tn.v9i1.123>

Available Online: Maret 2023

2021. Published by LPPM Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sangatta. This is an open access article under the Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International License..



## **Pendahuluan**

PT. Petrokimia Gresik merupakan salah satu produsen pupuk nasional yang berada di bawah naungan Pupuk Indonesia Holding Company (PIHC) bertanggung jawab memproduksi dan menyalurkan pupuk bersubsidi. Menurut Peraturan Menteri Pertanian No.60/Permentan/SR.310/12/2015, pupuk bersubsidi merupakan barang dalam pengawasan yang pengadaan dan penyalurannya mendapat subsidi dari pemerintah untuk kebutuhan kelompok tani dan/atau petani di sektor pertanian. Salah satu jenis pupuk subsidi yang diproduksi dan didistribusikan ke petani yaitu Pupuk Phonska yang merupakan merek dagang PT Petrokimia Gresik untuk jenis pupuk NPK subsidi. Pabrik Pupuk Phonska merupakan pabrik pupuk dengan kapasitas total paling besar yang dimiliki oleh PT Petrokimia Gresik yaitu mencapai 2,5 juta ton/tahun. Dalam upaya penyaluran distribusi pupuk bersubsidi yang efisien maka Departemen Pertanian mengadakan kegiatan sosialisasi kebijakan pupuk bersubsidi.

Penyaluran pupuk bersubsidi dengan pola tertutup dimulai pada tahun 2009 salah satu subsistem dalam rangka pemenuhan kebutuhan pupuk pola tertutup ini adalah melalui sistem perencanaan kebutuhan pupuk yang dituangkan dalam Rencana Definitif Kebutuhan Kelompok (RDKK). RDKK merupakan rencana kebutuhan kelompok tani untuk satu musim tanam yang disusun berdasarkan musyawarah anggota kelompok tani meliputi kebutuhan benih, pupuk, pestisida, alat mesin pertanian serta modal kerja untuk mendukung kegiatan usaha taninya. Penyusunan RDKK dilakukan selambat-lambatnya satu bulan sebelum musim tanam, sehingga teknologi dapat diterapkan sesuai dengan anjuran. (Inspektorat, 2009).

CV. Sumber Agung Sangatta merupakan salah satu distributor resmi pupuk subsidi dan nonsubsidi di Kutai Timur (Kalimantan Timur) di bawah naungan PT. Petrokimia Gresik dan PT. Pupuk Kaltim. Distributor merupakan objek utama dalam menyalurkan barang sampai ke konsumen. Kepercayaan dan kemudahan dalam melakukan proses pendistribusian sebagai misi utama yang harus diberikan kepada konsumen. Segala pelayanan yang diberikan harus dapat memenuhi kepuasan konsumen, namun hal ini tidak terlepas dari faktor penunjang lainnya seperti relasi yang baik, kemampuan bekerja sama, manajemen waktu, manajemen proyek, manajemen perusahaan, dan pengetahuan material. Dibutuhkan pengalaman dalam menangani setiap situasi dan kondisi yang ada dalam menghadapi persaingan bisnis distribusi pupuk saat ini.

CV. Sumber Agung Sangatta berdiri di Sangatta tahun 2010 dan berfungsi menyalurkan pupuk bersubsidi dan nonsubsidi dari PT. Petrokimia Gresik, salah satunya pupuk Phonska kepada kelompok tani atau petani. Dari awal didirikannya, CV. Sumber Agung Sangatta mempunyai wilayah kerja di kabupaten Kutai Timur yaitu pada 18 kecamatan yang terdapat di kabupaten Kutai Timur, namun pada tahun 2022 terdapat perubahan wilayah kerja dari 18 kecamatan menjadi 5 (lima) kecamatan, diantaranya Batu Ampar, Muara Ancalong, Muara Bengkal, Long Mesangat dan Busang. Perubahan wilayah kerja tersebut hanya berlaku untuk pemasaran pupuk subsidi bukan pupuk nonsubsidi.

CV. Sumber Agung memiliki saluran distribusi pupuk yang terbagi dalam beberapa prosedur atau tahapan-tahapan yang harus di lalui. Tahapan pertama dimulai setelah distributor melakukan pemesanan pupuk ke pabrik pupuk. Setelah

pupuk dikirim ke distributor dan diteruskan ke gudang pupuk sampai di Sangatta, pupuk di kirim ke kios-kios atau konsumen akhir, dalam hal ini adalah kelompok tani atau petani. Di tempat tujuan dilakukan pembongkaran atau penurunan barang, dan terakhir melakukan serah terima dan penandatanganan tanda terima dengan kelompok tani atau petani bahwa pupuk telah diterima dalam keadaan baik sesuai pesanan.

Dalam proses pendistribusian pupuk terkadang ada masalah atau hambatan yang membuat pupuk yang akan disalurkan menjadi terhambat seperti salah mengirim pesanan, pupuk yang rusak karena faktor penyimpanan atau pengiriman. Disamping itu infrastuktur seperti kondisi jalan yang licin atau longsor menuju lokasi juga sering menjadi masalah dalam pengiriman pesanan.

## **Kerangka Teori**

### ***Manajemen Pemasaran***

Manajemen pemasaran merupakan proses perencanaan dan pelaksanaan konsepsi, penetapan harga, promosi dan distribusi gagasan, barang, dan jasa, untuk menghasilkan pertukaran yang memuaskan individu dan memenuhi tujuan organisasi (Buchori dan Djaslim, 2010:5).

*Supply chain* adalah sebuah kegiatan di mana semua organisasi di dalam perusahaan dan semua aktivitas meliputi perubahan produk dari bahan baku hingga produk sampai di pengguna akhir. Bahan baku dan informasi yang ada memberikan pengaruh terhadap *supply chain* (Handfield & Nicholas, 2002). Sedangkan Chopra & Meindl (2003) mendefinisikan *supply chain* terdiri dari semua tahapan yang terlibat langsung maupun tidak langsung dalam memenuhi permintaan konsumen. *Supply chain* tidak hanya mencakup manufaktur dan supplier, tetapi juga transportasi, gudang, pengecer dan konsumen sendiri. Pujawan (2005:5) mendefinisikan supply chain adalah jaringan perusahaan-perusahaan yang secara bersama-sama bekerja untuk menciptakan dan menghantarkan suatu produk ke tangan pemakai akhir. Perusahaan-perusahaan tersebut termasuk supplier, pabrik, distributor, toko atau ritel serta perusahaan pendukung seperti perusahaan jasa logistik.

Pada *supply chain* terdapat 3 (tiga) aliran yang harus dikelola. Pertama, aliran barang yang mengalir dari hulu (*upstream*) ke hilir (*downstream*). Contohnya bahan baku yang dikirim dari supplier ke pabrik. Setelah produk selesai diproduksi, dikirim ke distributor, lalu ke pengecer atau ritel, kemudian ke pemakai akhir; kedua, aliran uang dan sejenisnya yang mengalir dari hilir ke hulu; ketiga, aliran informasi yang bisa terjadi dari hulu ke hilir atau sebaliknya. Informasi tentang persediaan produk yang masih ada sering dibutuhkan oleh distributor maupun pabrik. Informasi tentang ketersediaan kapasitas produksi yang dimiliki supplier juga dibutuhkan pabrik.

Menurut Siagian (2003:58) logistik adalah keseluruhan bahan, barang, alat dan sarana yang diperlukan dan dipergunakan oleh suatu organisasi dalam rangka pencapaian tujuan dan berbagai sarannya. Pendapat di atas diperkuat dengan pendapat Dwiantara dan Rumsari (2004:2) yang menyebutkan logistik adalah segala sesuatu atau benda yang berwujud dan dapat diperlakukan secara fisik (*tangible*), baik yang digunakan untuk menyelenggarakan kegiatan pokok maupun kegiatan penunjang

### **Metode Penelitian**

Penelitian dilaksanakan pada bulan April 2022 sampai dengan bulan Mei 2022. Tempat penelitian pada kantor CV Sumber Agung yang beralamatkan di Jl. Pasar Raya no 36 RT 013, Sangatta Selatan. Dalam penelitian laporan ini penulis melakukan studi lapangan (*field research*) dengan mendatangi lokasi penelitian yaitu CV. Sumber Agung Sangatta. Adapun teknik pengumpulan data yang dilakukan penulis dalam laporan akhir ini.

Analisis data yang digunakan dalam menyelesaikan skripsi ini menggunakan teknik penelitian deskriptif kualitatif yaitu data yang tidak berbentuk angka, tetapi berupa serangkaian informasi yang digali dari hasil penelitian tetapi masih merupakan fakta-fakta verbal, atau masih dalam bentuk keterangan-keterangan yang dilakukan sejak persiapan sebelum memasuki lapangan, selama dilapangan, setelah selesai di lapangan.

Menurut I Made Winartha (2006:155) metode analisis deskriptif kualitatif adalah menganalisis, menggambarkan, meringkas berbagai kondisi, situasi dari berbagai data yang dikumpulkan berupa hasil wawancara atau pengamatan mengenai masalah yang terjadi dilapangan. Sedangkan menurut Sugiyono (2016:9) merupakan metode analisis yang berlandaskan pada postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci.

### **Hasil dan Pembahasan**

Saluran distribusi pupuk CV Sumber Agung sejauh ini masih menggunakan sistem manual. Melibatkan produsen dalam hal ini adalah PT Petrokimia Gresik dan kios CV Sumber Agung sebelum pupuk sampai ke tangan petani. Penanganan distribusi masih belum terintegrasi bahkan belum menggunakan sistem supply chain. Pujawan (2005:5) mendefinisikan supply chain adalah jaringan perusahaan-perusahaan yang secara bersama-sama bekerja untuk menciptakan dan menghantarkan suatu produk ke tangan pemakai akhir. Perusahaan-perusahaan tersebut termasuk supplier, pabrik, distributor, toko atau ritel serta perusahaan pendukung seperti perusahaan jasa logistik.

Secara internal, gudang CV Sumber Agung juga belum dikelola menggunakan manajemen logistik yang benar. Sejauh ini peran logistik di CV Sumber Agung hanya terbatas distribusi keluar masuknya barang. Padahal manajemen logistik memiliki peran yang lebih dari pada mengurus keluar masuknya barang. Peran logistik kini telah meluas bukan hanya sekadar memindahkan produk jadi dan bahan, tetapi juga menciptakan keunggulan kompetitif dengan memberikan layanan yang memenuhi permintaan konsumen. Salim, Z. (2015:147) menjelaskan sektor jasa logistik merupakan sektor yang vital karena perannya dalam mendistribusikan barang dan jasa, mulai dari ekstraksi bahan baku, proses produksi, pemasaran, sampai barang dan jasa tersebut sampai di tangan konsumen.

Dalam Perpres No 26 Tahun 2012 terdapat 13 aktivitas-aktivitas logistik, yaitu : pertama, Customer Service. Pelayanan pelanggan merupakan suatu proses yang berlangsung diantara pembeli, penjual dan pihak ketiga yang menghasilkan nilai tambah untuk pertukaran produk atau jasa dalam jangka waktu pendek seperti transaksi tunggal ataupun jangka panjang seperti hubungan berdasarkan kontrak;

---

---

kedua, Demand Forecasting. Ramalan permintaan manajemen logistik menentukan berapa banyak dari tiap barang yang diproduksi perusahaan yang harus diangkut keberbagai pasar. Selain itu, manajemen logistik harus mengetahui di mana asalnya permintaan sehingga dapat menempatkan dan menyimpan produk dengan jumlah yang tepat disetiap area pasar; ketiga, *Inventory Management*.

Aktivitas pengendalian persediaan (*inventory control activity*) bersifat kritis karena membutuhkan finansial atas pemeliharaan persediaan produk yang cukup untuk mempertemukan kebutuhan pelanggan dengan kebutuhan produksi; keempat, Logistics Communications. Sukses dalam lingkungan bisnis saat ini membutuhkan manajemen sistem komunikasi yang kompleks. Komunikasi yang efektif harus berlangsung dalam organisasi, supplier dan pelanggan; Kelima, *Material Handling*. Penanganan material berhubungan dengan setiap aspek gerakan atau aliran bahan baku, barang setengah jadi, dan barang jadi dalam pabrik atau gudang.

Tujuan penanganan material adalah : menyederhanakan dan menghapus sistem penanganan apapun yang memungkinkan; meminimalkan jarak tempuh; meminimalkan barang setengah jadi; menyediakan aliran bebas yang serentak dari *bottleneck*; meminimalkan kerugian akibat pembuangan, kerusakan dan pencurian; meminimalisasi biaya penanganan material dengan analisa aliran material yang cermat; keenam, Order Processing. Komponen-komponen proses pemesanan terbagi dalam 3 (tiga) kelompok: elemen operasional (*operational elements*), elemen komunikasi (*communication elements*), kredit dan elemen pengumpulan (*credit and collection elements*). Pesanan dapat dikirimkan secara langsung dari pembeli ke penjual; ketujuh, *Packaging Style*. Sistem pengemasan merupakan fase terakhir dalam teknik produksi/manufaktur.

Pengemasan produk dilakukan untuk keamanan dan keselamatan dari produk tersebut terhadap goncangan, goresan, debu dan lainnya yang dapat menyebabkan produk tersebut cacat, kemudian juga untuk melindungi produk dari kerusakan ketika akan disimpan atau diangkut. Pengemasan yang pantas dapat memudahkan penyimpanan serta pemindahan produk, sehingga mengurangi biaya penanganan material; kedelapan, *Communication*. Pengemasan bisa mengatasi keambiguan, agar mudah dimengerti diberi simbol seperti Kode Produk Universal (*Universal Product Code/UPC*). Di pasaran terdapat bermacam-macam cara pengemasan, diantaranya menggunakan polybox, kardus, plasyik, karton, dan yang lainnya. Perusahaan-perusahaan menerapkan sistem pengemasan (*packaging style*) yang berbeda-beda tergantung dari karakteristik produk tersebut; kesembilan, Plant and Warehouse Site Selection. Pergudangan merupakan bagian internal dari semua sitem logistik yang berperan penting dalam melayani pelanggan dengan total biaya seminimal mungkin, juga merupakan jaringan primer diantara prosedur dan pelanggan yang digunakan untuk menyimpan persediaan selama seluruh bagian proses logistik berjalan; kesepuluh, *Procurement/Purchasing*.

Istilah Purchasing dan Procurement sering tertukar, meskipun berbeda pelaksanaannya. Purchasing pada umumnya berhubungan dengan pembelian aktual material dan segala aktivitas yang berhubungan dengan proses pembelian. Aktivitas procurement dikenal sebagai *process-oriented* dan strategi; kesebelas, *Reverse Logistics*. Penanganan barang-barang retur baik berupa salvage dan scrap disposal, merupakan bagian dari proses yang berkaitan erat dengan *reverse logistics*,

dan juga merupakan komponen logistik yang memerlukan perhatian lebih. Barang-barang diretur bisa dikarenakan kerusakan produk, kadaluarsa, kesalahan pengiriman; kedua belas, Transportation. Fungsi transportasi berhubungan dengan bagian dalam dan luar departemen logistik, yaitu berhubungan dengan bagian financial (*freight bills*/biaya pengiriman dan transportasi, ketepatan waktu; ketigabelas, *Warehouse and Storage*.

Produk harus disimpan dalam pabrik atau pada suatu tempat sebelum dijual, semakin besar waktu antara produksi dan konsumsi, semakin besar pula tingkat atau jumlah persediaan yang dibutuhkan. Aktivitas pergudangan dan penyimpanan meliputi keputusan mengenai apakah fasilitas penyimpanan seharusnya milik sendiri, dikontrakkan atau disewakan, perencanaan dan perancangan fasilitas penyimpanan, pertimbangan produk gabungan (seperti apakah seharusnya produk disimpan), prosedur pengamanan dan pemeliharaan, pelatihan personalia dan pengukuran produktivitas.

### **Kesimpulan dan Rekomendasi**

Pada penelitian prosedur saluran distribusi CV Sumber Agung Sangatta, penulis menyimpulkan saluran distribusi yang digunakan adalah saluran distribusi tidak langsung dari produsen ke konsumen. Saluran distribusi CV Sumber Agung Sangatta diawali dari produsen, yaitu PT Petrokimia Gresik ke distributor CV Sumber Agung Sangatta kemudian ke pengecer yaitu kios Sumber Agung baru ke konsumen akhir, dalam hal ini adalah petani atau kelompok petani atau disebut juga konsumen/pembeli.

Prosedur saluran distribusi di gudang CV Sumber Agung Sangatta belum mengikuti aturan Perpres No 26 Tahun 2012. Masih manual dan perlu diperbaiki. Kios Sumber Agung sudah menggunakan aplikasi program komputer yang bernama RMS (Retail Management System). Aplikasi ini digunakan untuk arus keluar masuknya pupuk di Kios. Namun aplikasi ini berdiri sendiri, belum terintegrasi dengan gudang.

Permasalahan yang ada saat ini seperti keterlambatan laporan penjualan ke Dinas Pertanian dan PT Petrokimia Gresik, kesalahan penghitungan stok, belum diketahuinya informasi aset yang ada terkait dengan pengelolaan gudang CV Sumber Agung Sangatta yang belum komputerisasi.

Berdasarkan analisa data, pembahasan dan kesimpulan yang ada, maka penulis menyarankan sebagai berikut :

1. Perlu dilakukan komputerisasi terintegrasi di gudang dan kios pupuk CV Sumber Agung Sangatta.
2. Perlu dilakukan training untuk kepala gudang dan admin kios CV Sumber Agung mengenai manajemen logistik, *supply chain* sehingga sumber daya manusia yang dimiliki menjadi kompeten.
3. Perlu dilakukan kajian selanjutnya yang berkaitan dengan pengelolaan gudang CV Sumber Agung Sangatta

---

---

**Daftar Pustaka**

- Alfatiyah, R., Bastuti, S., Shobur, M., dan Candra, A., 2019, Manajemen Logistik. Banten : Unpam Press.
- Alma, Buchory., dan Saladin, Djaslim. 2010. Manajemen Pemasaran : Ringkasan Praktis, Teori, Aplikasi Dan Tanya Jawab. Bandung : CV. Linda Karya.
- Arikunto, Suharsimi. 2006. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: Rineka Cipta.
- Assauri, Sofjan. 2013. Manajemen Pemasaran. Jakarta : Rajawali Pers.
- Chopra, S., and Meindl, P. 2007. Supply Chain Management: Strategy, Planning and Operasion, 2nd or 3rd Edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Dewi, Irra Chrisyanti. 2011. Pengantar Ilmu Administrasi. Jakarta: PT Prestasi Pustakaraya.
- Danang, Sunyoto. 2013. Metodologi Penelitian Akuntansi. Bandung: PT Refika Aditama.
- Daryanto. 2011. Manajemen Pemasaran: Sari Kuliah. Bandung: Satu Nusa.
- Dubois, D. 2003. Competency Based Performance Imp rovement : A Strategy For Organisation Change. United Stated : HRD Press. Inc.
- Dwiantara, L., Rumsari S.H. 2004. Manajemen Logistik. Jakarta : PT. Gramedia.
- Etzel, Michael J, Walker J W., Stanton, W J. 2013. Marketing. Terjemahan. Edisi ke-12. New York, USA : McGraw-Hill Irwin.
- Fajar, Laksana. 2008. Manajemen Pemasaran. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Gitosudartomo. 2012. Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: BPFE.
- Handfield, R., and Nichols, Jr., E. L. 2002. Supply Chain Redesign: Transforming Supply Chains Into Integrated Value Systems. New Jersey: Financial TimesPrentice Hall.
- Jasmal. 2007. Memberdayakan-Kelompok-Tani. Yogyakarta.
- Kotler & Keller. 2011. Marketing Management (14th ed). United States : Pearson.
- Kotler & Armstrong. 2012. Principles of Marketing (14th ed). United States : Pearson.
- Nickels, William G. 2008. Manajemen Pemasaran Modern. Yogyakarta: Liberty Offset.
- Pujawan, I.N. 2005. Supply Chain Management. Surabaya : Guna Widya.
- Peraturan Presiden No. 26 tahun 2012 tentang Cetak Biru Pengembangan Sistem Logistik Nasional.
- Peraturan Menteri Pertanian No. 60/Permentan/SR.310/12/2015 tentang Alokasi dan HET Pupuk Bersubsidi Untuk Sektor Pertanian TA 2016.
- Peraturan Menteri Peragangan No. 15/M-DAG/PER/4/2013 tentang Pengadaan an Penyaluran Pupuk Bersubsidi Untuk Sektor Pertanian.
- Rasto. 2015. Manajemen Perkantoran Paradigma Baru. Bandung: CV Alfabeta.
- Salim, Abbas.2016. Manajemen Logistik. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Siagian. Yolanda M. 2005. Aplikasi Supply Chain Management Dalam Dunia Bisnis. Jakarta : Grasindo.
- Stanton, William J. 2012. Prinsip Pemasaran. Jakarta : Erlangga.
- Sugiyono. 2016. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung : PT Alfabeta.
- Sumathy,V.et al. 2011. Office Management. Tamilnadu Textbook Corporation.

- Suntoro. 2020. Manajemen Logistik. Sekolah Tinggi Manajemen Logistik Indonesia. Bandung.
- Sunyoto, Danang. 2013. Strategi Pemasaran. Cetakan pertama. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Suparyanto & Rosad. 2015. Manajemen Pemasaran. Yogyakarta : In Media.
- Sutanto, R. 2002. Penerapan Pertanian Organik. Cetakan 5. Yogyakarta : Kanisius.
- Syafaat dan Nizwar. 2007. Pengembangan Model Permintaan dan Penawaran Komoditas Pertanian Utama. Pusat Penelitian dan Pengembangan Sosial Ekonomi Pertanian. Departemen Pertanian.
- Swastha, Basu. 2012. Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen. Yogyakarta : Liberty.
- Tjiptono, Fandy. 2014. Strategi Pemasaran. Edisi III. Yogyakarta: Andi.
- Wirartha, I Madhe. 2006. Pedoman Penulisan Usulan Penelitian, Skripsi dan Tesis. Yogyakarta: Andi.