

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Industri kelapa sawit merupakan salah satu sektor strategis di Indonesia yang memberikan kontribusi signifikan terhadap perekonomian nasional. Produk utama dari industri ini, yakni *Palm Kernel* (inti sawit) dan *Crude Palm oil* (CPO), memiliki peran penting baik di pasar domestik maupun internasional. Namun, dalam pelaksanaan distribusi produk, PT. AMP PLANTATION menghadapi berbagai tantangan yang berdampak pada efektivitas dan efisiensi strategi pemasarannya.

Pengembangan strategi pemasaran distribusi Palm Kernel dan CPO merupakan keterampilan manajerial yang menentukan keberhasilan dalam eksploitasi pasar dan penguatan posisi bisnis. Dalam konteks industri distribusi, strategi pemasaran yang efektif sangat penting karena mencakup kegiatan distribusi yang mampu memaksimalkan keuntungan dan meminimalkan biaya.

Menurut prakoso (2021), strategi pemasaran yang baik menyediakan kerangka kerja yang komprehensif untuk evaluasi pemasaran, yang memungkinkan perusahaan menilai efisiensi operasional mereka. Sementara itu penelitian oleh khorerunisa et al.(2024) menunjukkan bahwa penerapan Balanced Scorecard (BSC) dalam strategi pemasaran ini dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan kinerja internal perusahaan.

Selain itu, widiyanti (2023) mencatat bahwa Balanced Scorecard efektif dalam meningkatkan efisiensi dan kualitas layanan, yang merupakan bagian integral dari strategi pemasaran distribusi yang sukses. Dari sudut pandang ini, implementasi BSC tampak sebagai pendekatan yang dapat diandalkan untuk mengoptimalkan strategi pemasaran distribusi Palm Kernel dan CPO.

Industri kelapa sawit merupakan salah satu sektor unggulan di Indonesia yang memiliki peran penting dalam perekonomian nasional. Produk utama dari industri ini, yaitu Crude Palm Oil (CPO) dan Palm Kernel, merupakan bahan baku yang banyak digunakan dalam berbagai industri, mulai dari makanan, kosmetik, hingga energi. Permintaan global yang terus meningkat terhadap produk turunan kelapa sawit menuntut perusahaan-perusahaan di sektor ini untuk memiliki strategi pemasaran dan distribusi yang efektif agar dapat mempertahankan pangsa pasar dan meningkatkan daya saing.

Namun, dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat dan regulasi yang semakin kompleks, PT AMP PLANTATION dihadapkan pada hambatan untuk mengoptimalkan strategi pemasaran dan distribusi produknya. Sejauh ini, perusahaan telah melakukan berbagai upaya pemasaran, tetapi terdapat celah dalam pencapaian tujuan strategis yang direncanakan. Celah bisa berasal dari berbagai faktor seperti perencanaan yang kurang matang, infrastruktur distribusi yang kurang memadai, dan kurangnya adaptasi terhadap perubahan pasar. Untuk itu, diperlukan evaluasi yang komprehensif terhadap strategi yang ada serta pengembangan strategi baru yang lebih relevan dan adaptif.

Salah satu tantangan utama adalah adanya ketidaksesuaian antara target dan realisasi distribusi. Penurunan volume pengiriman pada periode tertentu mengindikasikan adanya masalah pada proses perencanaan dan implementasi strategi pemasaran. Selain itu, persaingan ketat di industri kelapa sawit memaksa perusahaan untuk terus meningkatkan kualitas distribusi dan layanan.

Bukti lain menunjukkan adanya ketidakpuasan pelanggan, yang diidentifikasi melalui survei internal terkait keterlambatan pengiriman dan kurangnya transparansi informasi harga. Hal ini menciptakan gap antara harapan pelanggan dan kinerja perusahaan. Untuk itu, diperlukan evaluasi menyeluruh terhadap strategi pemasaran dan distribusi PT. AMP PLANTATION dengan menggunakan metode Balanced Scorecard dan Analisis Gap sebagai pendekatan yang terstruktur. Berikut adalah table untuk produksi CPO dan PKO tahun 2024 di PT.A mp Plantation.

Tabel 1.1 Produksi dan Produk cacat PT.Amp Plantation

No	Bulan dan Tahun	Produksi (Kg)	Jumlah Produk Cacat
1	Januari 2023	1040000	77000
2	Februari 2023	1040000	67400
3	Maret 2023	1040000	85200
4	April 2023	1040000	62200
5	Mei 2023	1040000	82600
6	Juni 2023	1040000	77000

7	Juli 2023	1040000	71800
8	Agustus 2023	1040000	71800
9	September 2023	1040000	49600
10	Oktober 2023	1040000	103000
11	November 2023	1040000	62600
12	Desember 2023	1040000	62600
<b>Rata Rata</b>		<b>12480000 Kg</b>	<b>898400 Kg</b>

Sumber: PT.Amp Plantation

Tandan Buah Segar (TBS) adalah jumlah buah sawit yang diproses. Dan untuk Produksi CPO (Kg) adalah jumlah CPO yang dihasilkan dari pengolahan TBS. sementara untuk Produksi PKO (Kg) adalah jumlah Palm Kernel Oil yang dihasilkan dari inti buah sawit.

Dari Tabel di atas kita bisa memahami dimana tanda buah segar (TBS) akan diproduksi menjadi CPO dan PKO di tahun 2024 mengalami peningkatan drastis sehingga permintaan konsumen juga meningkat, dan disamping itu ada beberapa Kendala yang terjadi di PT.AMP PLANTATION sehingga menghambat jalanya produksi dan permintaan tidak terpenuhi, Produksi CPO cenderung lebih tinggi di banding PKO karena perbedaan permintaan dan turunan produk di pasar global volume dan nilai ekspor kelapa sawit masih lebih besar dari volume dan nilai impor sehingga menyebabkan kinerja perdagangan kelapa sawit Indonesia selalu mengalami surplus. Berikut beberapa kendala yang terjadi selama produksi dan pengiriman barang ke konsumen.

Berikut Tabel 1.2 beberapa kendala yang terjadi pada Pt.Amp Plantation.

No	Kategori masalah	Deskriptif	Potensi penyebab	Dampak
----	------------------	------------	------------------	--------

1	Kualitas produk	Produk tidak memenuhi standar kualitas	--Bahan baku berkualitas rendah -Proses produksi tidak optimal	-Pengembalian produk -Penurunan kepercayaan pelanggan
2	Efisiensi Operasional	Biaya operasional tinggi atau rendahnya produktivitas	-Sistem manajemen kurang efektif -Waktu henti (downtime) mesin tinggi	-Penurunan keuntungan
3	Distribusi dan Logistik	Terlambatnya pengiriman produk	-Kendala infrastruktur -Kurang koordinasi rantai pasok	-Keterlambatan pengiriman ke pelanggan

Dari data table di atas dapat kita lihat ada beberapa hambatan dan tantangan yang hampir sering terjadi di beberapa akhir tahun pekan kemarin seperti Sistem produksi kurang efisien / Downtime, kualitas produk dan keterlambatan pengiriman sehingga biaya operasional meningkat dan mengurangi profitabilitas, untuk produk Palm Kernel dan CPO PT. AMP PLANTATION pada tahun 2024.

Selain itu, Analisis Gap digunakan untuk mengidentifikasi perbedaan antara kinerja saat ini dengan target yang diharapkan. Analisis Gap membantu dalam mengungkap area yang memerlukan perbaikan dan mengarahkan perusahaan untuk mengambil langkah-langkah strategis guna menutup celah tersebut. Dengan demikian, penggabungan metode Balanced Scorecard dan Analisis Gap diharapkan dapat memberikan rekomendasi yang lebih terarah dan dapat diimplementasikan oleh PT AMP PLANTATION dalam meningkatkan efisiensi dan efektivitas strategi pemasaran distribusi Palm Kernel dan CPO.

Pengembangan strategi pemasaran distribusi Palm Kernel dan CPO merupakan salah satu isu sentral yang dihadapi industri perkebunan dan distribusi minyak kelapa sawit. Strategi pemasaran ini sangat penting untuk menjamin efektivitas rantai pasok dan

keberlanjutan operasional. Menurut Ardianto & Kurniawati (2019), Penerapan Balanced Scorecard (BSC) mampu meningkatkan pendapatan dan efisiensi operasional dalam konteks distribusi Palm Kernel dan CPO. Dian Widiyanti (2023) juga menegaskan bahwa Balanced Scorecard meningkatkan kinerja dan daya saing di industri distribusi CPO.

Lebih lanjut, Prakoso (2021) menyatakan bahwa BSC menyediakan kerangka kerja yang komprehensif untuk evaluasi pemasaran, yang esensial dalam merancang strategi distribusi. Dengan demikian, teridentifikasi hubungan erat antara BSC dan optimalisasi strategi pemasaran, sebagaimana didukung oleh penelitian tim studi UGM (2020) yang menegaskan manfaat BSC dalam pengembangan strategi di berbagai divisi distribusi.

Melanjutkan pembahasan mengenai pengembangan strategi pemasaran distribusi Palm Kernel dan CPO, Rahmawati (2023) memperlihatkan adanya korelasi antara implementasi BSC dan peningkatan profitabilitas dalam distribusi CPO. Dalam konteks ini, Kurniawan (2022) mengungkapkan bahwa BSC memudahkan identifikasi kekuatan dan kelemahan distribusi. Berbanding lurus dengan temuan Mahardika & Santoso (2020), implementasi BSC meningkatkan nilai dan efisiensi operasional diseluruh bagian distribusi. Selain itu, Suyatno (2023) menekankan dampak positif perspektif keuangan dan operasional dalam meningkatkan efisiensi strategi distribusi tersebut. Berdasarkan bukti-bukti ini, penerapan BSC dalam pengembangan strategi pemasaran distribusi Palm Kernel dan CPO tidak hanya meningkatkan efisiensi dan profitabilitas tetapi juga daya saing industri secara keseluruhan.

Pengembangan strategi pemasaran distribusi Palm kernel dan CPO merupakan suatu isu penting yang berhubungan erat dengan peningkatan daya saing dan kinerja perusahaan di industri minyak kelapa sawit. Dalam konteks bisnis global yang semakin kompetitif, perusahaan diuntut untuk mengembangkan strategi distribusi yang efektif agar dapat mempertahankan posisi mereka di pasar. Mulyati (2024) menyatakan bahwa produksi minyak sawit yang berkelanjutan tetap menjadi tantangan di tengah kebutuhan industri global yang terus meningkat. Tuori et al. (2021) juga menekankan bahwa penerapan Balanced Scorecard berkelanjutan dapat membantu mengintegrasikan praktik ramah lingkungan dalam strategi perusahaan. Yang merupakan langkah penting dalam pengembangan strategi distribusi. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Al-zwyalif (2019) dan Berhanuddin (2021), penerapan environmental Balanced Scorecard terbukti meningkatkan kesadaran dan praktik ramah lingkungan di seluruh perusahaan,

yang pada akhirnya dapat mendukung strategi pemasaran yang lebih berkelanjutan. Oleh karena itu, integrasi prinsip keberlanjutan dalam strategi distribusi Palm kernel dan CPO tidak hanya diperlukan untuk memenuhi standar lingkungan, tetapi juga mendorong keunggulan kompetitif di pasar global.

Paragraf berikutnya menyajikan analisis lebih lanjut mengenai elemen kunci dalam mengembangkan strategi pemasaran distribusi yang efektif. Menurut Husain et al (2022), perspektif pelanggan dan proses internal merupakan faktor paling berpengaruh dalam pengembangan distribusi PKO dan CPO.

Hal ini sejalan dengan penelitian oleh ilham (2022) yang menunjukkan bahwa metode QSPM efektif dalam memilih strategi terbaik untuk meningkatkan daya saing dan kinerja perusahaan. Sementara itu, penelitian oleh farhan&yusof (2020) menyimpulkan bahwa perspektif pembelajaran dan pertumbuhan memiliki dampak signifikan terhadap keberhasilan distribusi, mendukung perlunya inovasi dan teknologi dalam strategi pemasara.

Lestari & Ahmed (2021) juga menegaskan bahwa inovasi dan teknologi dapat mengurangi biaya operasional, yang merupakan keunggulan dalam proses distribusi Palm kernel dan CPO perlu mempertimbangkan integrasi inovasi, teknologi, dan keberlanjutan untuk mencapai efisiensi operasional dan daya saing yang lebih baik. Keseluruhan penjelasan ini menunjukkan betapa pentingnya sinergi antara aspek lingkungan, inovasi, dan pembelajaran dalam merancang strategi distribusi yang unggul.

Namun, banyak pelaku industri masih mengandalkan metode tradisional yang tidak cukup responsif terhadap perubahan pasar menggunakan saluran distribusi tradisional ketika pasar lebih memilih platform online. Selain itu, biaya distribusi terlalu tinggi karena infrastruktur yang buruk pilihan saluran distribusi yang tidak efisien hal ini akan mempengaruhi harga jual produk dan daya saing di pasar. Sistem informasi manajemen yang ada sering kali kurang terintegrasi, mengakibatkan Ketidaksesuaian dalam pengambilan keputusan. Oleh karena itu, pengembangan strategi pemasaran yang inovatif serta evaluasi kinerja yang komprehensif, seperti melalui metode Balanced Scorecard, diperlukan untuk mengatasi berbagai tantangan tersebut. Dengan pendekatan yang sistematis, diharapkan dapat meningkatkan kinerja distribusi Palm Kernel dan CPO serta memberikan kontribusi positif bagi sektor industri secara keseluruhan.

## **1.2. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Ketidaksesuaian antara target distribusi dan realisasi di beberapa periode.
2. Ketidakpuasan pelanggan terkait keterlambatan pengiriman dan informasi harga.
3. Kurangnya integrasi strategi pemasaran dan distribusi dalam mencapai tujuan perusahaan.
4. Tidak adanya evaluasi terukur terhadap strategi pemasaran yang digunakan.

## **1.3. Batasan Masalah**

1. Penelitian hanya dilakukan pada proses distribusi Palm Kernel dan CPO di PT. Amp Plantation
2. Analisis difokuskan pada evaluasi strategi pemasaran menggunakan metode Balanced Scorecard dan Analisis Gap.
3. Periode penelitian mencakup data operasional distribusi selama 1 tahun terakhir (2024).
4. Hasil penelitian difokuskan pada peningkatan efektivitas dan efisiensi strategi distribusi.

## **1.4. Rumusan Masalah**

Berdasarkan batasan masalah di atas, maka rumusan masalah dalam tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kinerja distribusi palm kernel dan CPO di PT.Amp Plantation saat ini?
2. Apa saja Gap yang terjadi antara harapan pelanggan dan kinerja perusahaan?
3. Bagaimana evaluasi strategi pemasaran distribusi menggunakan metode Balanced Scorecard?
4. Strategi apa yang dapat diimplementasikan untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi distribusi?

## **1.5. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan batasan masalah dan rumusan masalah yang telah diuraikan di atas, maka tujuan penelitian yang dilakukan adalah:

1. Mengevaluasi kinerja distribusi palm kernel dan CPO di PT.Amp Plantation
2. Mengidentifikasi gap antara harapan pelanggan dan kinerja distribusi.

3. Mengevaluasi strategi pemasaran distribusi dengan menggunakan metode Balanced Scorecard.
4. Memberikan rekomendasi strategi untuk meningkatkan efektivitas distribusi dan kepuasan pelanggan.

#### **1.6. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dalam penelitian ini adalah:

##### 1. Manfaat Peneliti

Memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pemasaran, khususnya dalam evaluasi strategi distribusi di industri kelapa sawit.

Menjadi referensi bagi penelitian lain yang ingin mengkaji evaluasi strategi pemasaran dengan metode Balanced scorecard.

##### 2. Manfaat perusahaan

Memberikan masukan kepada PT.Amp Plantation untuk meningkatkan kinerja distribusi dan strategi pemasarannya.

Memberikan rekomendasi untuk meningkatkan kepuasan pelanggan melalui pengelolaan distribusi yang lebih baik.

#### **1.7. Sistematika Penulisan**

Tugas akhir ini terdiri dari lima bab, dimana masing-masing bab saling berhubungan satu dengan yang lainnya. Adapun sistematika penulisan tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

##### Bab I Pendahuluan

Bab ini menguraikan berbagai hal mengenai latar belakang, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

##### Bab II Tinjauan Pustaka

Menguraikan teori-teori pendukung yang digunakan sebagai dasar pemikiran untuk membahas dan mencari permasalahan yang ada dan sebagai pendukung untuk pengumpulan dan pengolahan data.

##### Bab III Metodologi Penelitian

Bab ini berisikan jenis penelitian, waktu dan tempat penelitian, data dan sumber data, teknik pengolahan data dan bagan alir metodologi penelitian.

##### Bab IV Hasil dan Pembahasan

Pada bab ini menerangkan hasil penelitian dalam memecahkan masalah.

Dan membahas mengenai setiap bagian yang ada pada pengolahan data hasil penelitian.

#### Bab V Penutup

Bab ini merupakan bab terakhir yang berisi kesimpulan hasil analisis data dan saran-saran yang direkomendasikan kepada pihak-pihak tertentu atas dasar temuan.