

## **BAB II**

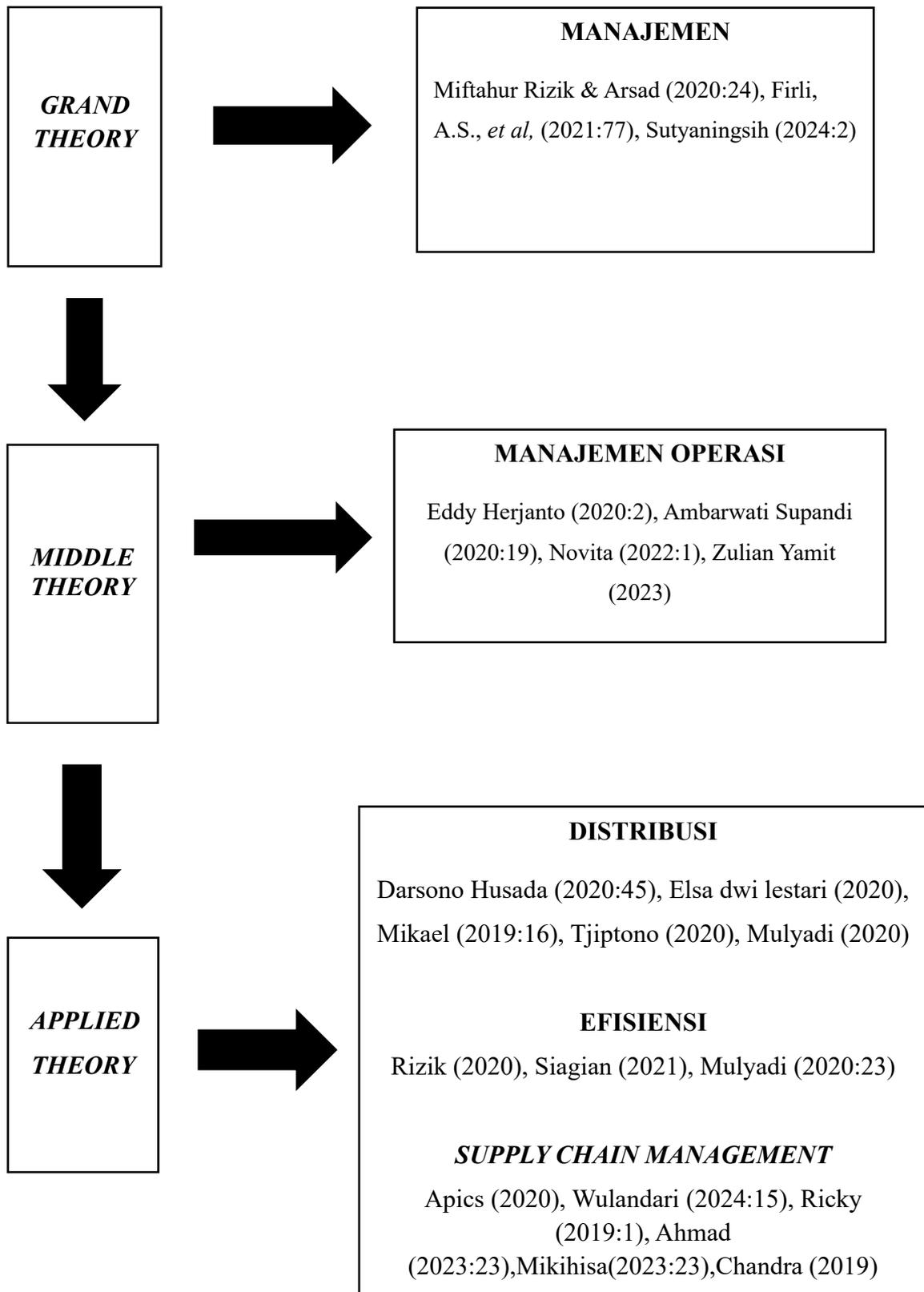
### **KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PENELITIAN**

#### **2.1 Kajian Pustaka**

Kajian pustaka merupakan penjelasan tentang konsep dan landasan teori yang berhubungan dan memuat teori teori yang relevan dengan penelitian terhadap suatu topik atau masalah yang akan dilakukan. Permasalahan yang akan diangkat dalam penelitian ini mengenai Analisis efisiensi distribusi dengan metode *supply chain management* pada ponsel iphone di Kamar gadget. Sehingga dalam kajian Pustaka ini dapat mengemukakan secara menyeluruh mengenai teori teori yang relevan.

##### **2.1.1 Landasan Teori yang Digunakan**

Landasan teori yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari sumber dan literatur seperti buku maupun referensi lain sebagai landasan teori dan juga dilakukan kajian mengenai landasan teori yang digunakan yaitu terdiri dari *grand theory*, *middle theory*, dan *applied theory*. Hasil penelitian sebelumnya sebagai acuan referensi peneliti. Judul yang diangkat dalam penelitian ini adalah analisis efisiensi distribusi dengan metode *supply chain management* pada ponsel iphone di Kamar gadget. Peneliti sajikan kerangka teori yang digunakan dalam penelitian ini pada halaman berikutnya:



Sumber: Data Diolah Peneliti, 2025

**Gambar 2.1 Landasan Teori**

### 2.1.1.1 Pengertian Manajemen

Manajemen merupakan serangkaian proses yang meliputi perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian terhadap sumber daya yang dimiliki oleh suatu organisasi atau perusahaan, dengan tujuan untuk mencapai target yang telah ditetapkan secara efektif dan efisien.

Pernyataan dari Mary Parker Follet yang di ahli bahasakan dalam Miftahur Rizik dan Arsad (2020:24) Mengungkapkan “*Management is the art of getting things done through people*”. Definisi ini mengandung arti bahwa mereka yang melakukan praktik manajemen, atau secara sederhana seorang manajer, sebagaimana layaknya seniman, harus bisa melakukan segenap upaya yang diperlukan untuk mencapai tujuan organisasi melalui pengaturan orang orang lain dan menganggap upaya tersebut sebagai sebuah karya yang harus di selesaikan.

Sedangkan Firli, A. S., *et al*, (2021:77) manajemen adalah suatu ilmu dan seni bekerja dengan orang orang untuk menentukan proses yang membedakan atas perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengawasan, dengan memanfaatkan yang baik ilmu maupun seni, agar dapat menyelesaikan tujuan yang telah di tetapkan sebelumnya, dengan mengemban elemen sifat, fungsi, sasaran dan elemen tujuan dalam mencapai suatu target, tujuan dan sasaran yang telah di rencanakan untuk dicapai.

Dikemukakan oleh Sutianingsih, dkk (2024:2) manajemen merupakan suatu proses yang melibatkan pekerjaan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian sumber daya organisasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Berdasarkan beberapa pengertian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa manajemen adalah serangkaian proses seni dalam mengelola sesuatu untuk mencapai tujuan akhir yang diharapkan melalui keterlambatan sumber daya manusia.

### **2.1.1.2 Fungsi Fungsi Manajemen**

Fungsi manajemen memiliki peran penting untuk menjalankan berbagai kegiatan dalam lingkup perusahaan atau organisasi. Untuk mencapai tujuan, organisasi harus menjalankan fungsi fungsi manajemen. Pernyataan dari Henry fayol dan GR Terry (2023:30) menyebutkan terdapat empat fungsi manajemen yaitu, perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengendalian.

#### **1. Perencanaan**

Fungsi manajemen *planning* atau perencanaan merupakan fungsi utama dari sebuah manajemen dalam organisasi bisnis. Tanpa perencanaan, fungsi lain manajemen tidak dapat berjalan dengan baik. Dalam hal ini manajemen berfungsi untuk Menyusun strategi awal dalam mencapai tujuan yang sudah ditentukan. Seorang manajer akan mengevaluasi rencana sebelum mengambil Tindakan dan kemudian memilih rencana manakah yang paling cocok digunakan. Sebagai sebuah sistem manajemen, akan melalui rangkai rangkaian yang akan memberikan dampak baik bagi sebuah organisasi. Dengan perencanaan yang baik, akan berpengaruh pada pencapaian tujuan yang efektif dan efisien.

#### **2. Pengorganisasian**

Tujuan dari pengorganisasian membagi suatu tugas yang besar menjadi kegiatan yang lebih kecil kecil. Melalui pengorganisasian, seorang manajer dapat

mengawasi dan mengontrol anak buahnya agar dapat melaksanakan tugasnya secara tepat. Pengorganisasian dapat dilakukan dengan cara melakukan tugas apa saja yang harus di kerjakan, siapa saja yang harus mengerjakan, bagaimana tugas tersebut dapat dikelompokkan, dan siapa yang bertanggung jawab.

### 3. Penempatan

Penempatan adalah Langkah selanjutnya dari pengorganisasian. Pada fungsi ini, seorang manajer harus mengetahui minat dan kemampuan seseorang untuk melakukan suatu pekerjaan. Agar dapat bekerja secara maksimal, seorang manajer harus menempatkan seseorang pada posisi terbaik dan sesuai dengan kemampuannya. Dalam hal ini, seorang manajer harus dapat melihat kemampuan minat dan bakat setiap anggotanya.

### 4. Pengarahan

Pengarahan atau *directing* adalah usaha agar setiap anggota kelompok dapat bekerja untuk mencapai sasaran sesuai tujuan perusahaan. Fungsi pengarahan adalah untuk menciptakan lingkungan kerja yang dinamis dan sehat sehingga meningkatkan efisiensi dan efektivitas dalam bekerja.

### 5. Pengawasan

Pengawasan atau *controlling* harus dilakukan agar pekerjaan dapat berjalan sesuai dengan vis, misi, dan peraturan perusahaan. Dilakukan setelah proses kerja dilakukan. Pada proses ini kinerja dinilai apakah sesuai dengan *planning*. Pada tahap ini manajemen mengevaluasi keberhasilan dan efektivitas kinerja, melakukan klarifikasi dan koreksi, dan juga memberikan alternatif solusi masalah yang terjadi selama proses kerja langsung.

Sedangkan (Wijayanti & Wicaksana, 2023) fungsi manajemen dapat diartikan dengan istilah kata *to manage* yang memiliki arti mengelola. Sedangkan secara luasnya dapat dipahami sebagai seni dan ilmu yang mengatur proses dari pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber lainnya untuk mencapai tujuan secara efektif dan efisien.

Sementara itu (Ath-Thariq, 2020) "*Management is the process of planning, organizing, leading, and controlling the effort of organization goals*". Definisi ini mengandung arti bahwa manajemen adalah proses perencanaan, organisasi, kepemimpinan dan pengawasan dan terhadap usaha usaha anggota organisasi dan penggunaan semua sumber sumber organisasi lainnya untuk mencapai tujuan organisasi yang telah di tetapkan.

Berdasarkan definisi diatas peneliti sampai pada pemahaman bahwa fungsi manajemen terdiri dari *planning, organizing, actuating, dan controlling* yang dapat dijadikan acuan oleh perusahaan untuk menggapai suatu tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya dan sebagai pertimbangan untuk perusahaan agar lebih baik di masa depan.

### **2.1.1.3 Unsur Unsur Manajemen**

Dalam menjalankan fungsi manajemen, suatu organisasi atau perusahaan memerlukan sumber daya yang disebut juga sebagai unsur unsur manajemen setiap unsur ini terdapat hubungan yang saling berkaitan dan tidak terpisahkan satu dengan lainnya. Unsur ini biasanya di kenal dengan sebutan 6M yang yang terdiri dari *men* (manusia), *money* (uang), *material* (bahan bahan), *machine* (mesin), *method* (metode), dan *market* (pasar). Unsur unsur manajemen tersebut berguna

untuk mencapai tujuan yang ingin di capai oleh perusahaan, serta kombinasi yang baik dari unsur unsur ini membantu perusahaan menghadapi tantangan dan mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan. Hal tersebut dikemukakan oleh Rheza Pratama (2020:13-14) yaitu :

1. Manusia (*Man*)

Faktor manusia adalah yang paling menentukan. Manusia yang membentuk tujuan dan manusia pula yang mengajarkan proses untuk tujuannya tercapai.

2. Uang (*Money*)

Uang merupakan salah satu untuk yang tidak bisa diabaikan. Uang sebagai alat tukar dan alat ukur suatu nilai. Besar kecilnya hasil kegiatan dapat diukur dari jumlah uang yang beredar dalam perusahaan.

3. Bahan bahan (*Material*)

Bahan bahan yang terdiri dari barang setengah jadi dan bahan jadi. Dalam dunia usaha untuk mencapai hasil yang lebih, selain manusia yang ahli dalam bidangnya juga harus dapat menggunakan bahan atau materi materi sebagai salah satu sarana.

4. Mesin (*Machine*)

Mesin digunakan untuk memberkan kemudahan atau menghasilkan keuntungan yang lebih besar serta menciptakan efisiensi kerja.

5. Metode (*Method*)

Suatu prosedur kerja yang memudahkan pekerjaan manajer. Sebuah metode dapat didefinisikan sebagai penerapan cara mengerjakan suatu tugas dengan

mempertimbangkan sasaran, fasilitas yang tersedia, penggunaan waktu, uang, dan kegiatan bisnis.

#### 6. Pasar (*Market*)

Tempat dimana organisasi menyebarluaskan (memasarkan) produknya, memasarkan produk sudah barang tentu sangat penting sebab bila barang yang diproduksi tidak laku, maka proses produksi barang akan berhenti.

Berdasarkan uraian diatas mengenai unsur manajemen, peneliti sudah sampai pada pemahaman bahwa unsur manajemen merupakan elemen yang ada dalam ruang lingkup organisasi atau perusahaan yang apabila semua unsur tersebut digabungkan akan menghasilkan sebuah sinergi guna keberhasilan dari sebuah organisasi atau perusahaan itu sendiri dalam mencapai tujuannya.

#### **2.1.1.4 Manajemen Fungsional**

Manajemen tahapan atau proses yang dijalankan sesuai dengan tahapannya untuk pencapaian tujuan organisasi.

Pernyataan bahwa Anwar (2019:7) manajemen fungsional terbagi menjadi empat, yaitu:

##### 1. Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran merupakan analisis tentang perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian dari program yang dibuat untuk menciptakan, membangun, dan mempertahankan pertukaran, serta hubungan-hubungan yang menguntungkan dengan pasar sasaran (target market) dengan tujuan mencapai sasaran organisasi.

##### 2. Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM)

Manajemen sumber daya manusia merupakan semua kegiatan yang mengatur pengikut sertaan manusia dalam organisasi.

### 3. Manajemen Keuangan

Manajemen keuangan merupakan semua aktivitas perusahaan untuk mendapatkan dana yang diperlukan oleh perusahaan, beserta usaha untuk menggunakan dana tersebut seefisien mungkin.

### 4. Manajemen Operasi

Manajemen operasi merupakan kegiatan mengatur penciptaan dan penambahan kegunaan (*utility*) terhadap suatu barang atau jasa.

Berdasarkan pengertian yang dikemukakan oleh para ahli diatas dapat disimpulkan bahwa manajemen operasi merupakan proses kegiatan mengubah input menjadi output barang dan jasa

## 2.1.2 Manajemen Operasi

Manajemen Operasi berkonsep sebagai kegiatan menciptakan barang dan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan kepada konsumen dan kegiatan ini menjadi fungsi utama perusahaan. Melalui konsep manajemen operasi segala sumber daya masukan perusahaan.

### 2.1.2.1 Pengertian Manajemen Operasi

Manajemen Operasi yang mengatur proses produksi dalam organisasi yang mengubah input menjadi output.

Eddy Herjanto (2020:2) berpendapat bahwa “*States that operations management contains elements of activities carried out by coordinating various*

*resource activities to achieve a certain goal.*” Dari kutipan tersebut menyatakan bahwa manajemen operasi mengandung unsur adanya kegiatan yang dilakukan dengan mengkoordinasikan berbagai kegiatan sumber daya untuk mencapai suatu tujuan tertentu.

Pendapat yang dikemukakan oleh Ambarwati Supandi (2020:19) Manajemen Operasi adalah suatu usaha pengelolaan secara maksimal dalam penggunaan berbagai faktor produksi, mulai dari sumber daya manusia, mesin, peralatan, bahan mentah (*raw material*), faktor produksi lainnya dalam proses mengubahnya menjadi beragam produk barang atau jasa.

Sedangkan Novita dkk (2022:1) manajemen operasi merupakan rangkaian kegiatan atau aktifitas yang menciptakan nilai produk baik berupa barang maupun jasa melalui proses transformasi input menjadi output. Aktifitas tersebut berlaku untuk berbagai macam produsen barang seperti elektronik, garmen, otomotif, demikian pula berlaku juga bagi produsen jasa seperti media masa, pendidikan, hiburan, dan konsultan.

Dari pengertian diatas dapat peneliti simpulkan bahwa manajemen operasi merupakan proses yang melibatkan beberapa komponen yaitu perencanaan, pelaksanaan, pengendalian dan menekankan pentingnya integrasi dan keseluruhan dalam mengelola aktivitas suatu organisasi untuk mencapai tujuan operasional yang efektif dan efisien

#### **2.1.2.2 Ruang Lingkup Manajemen Operasi**

Manajemen operasi yang merupakan salah satu fungsi organisasi secara utuh berhubungan dengan fungsi bisnis lainnya. Aktivitas manajemen operasi

berkaitan dengan cara pengorganisasian untuk mendapatkan perusahaan yang produktif, cara barang dan jasa dapat diproduksi, dan tindakan yang harus dikerjakan manajer operasi. Ada beberapa aspek yang saling berhubungan menurut Zulian Yamit (2023) erat dalam ruang lingkup manajemen operasi antara lain:

1. Aspek Struktural

Merupakan aspek mengenai pengaturan komponen yang membangun suatu sistem manajemen operasi yang saling berinteraksi antara satu sama lainnya.

2. Aspek Fungsional

Yaitu aspek yang berkaitan dengan manajerial dan pengorganisasian seluruh komponen structural maupun interaksinya mulai dari perencanaan, penerapan, pengendalian maupun perbaikan agar diperoleh kinerja optimal.

3. Aspek Lingkungan

Sistem dalam manajemen operasi yang berupa pentingnya memperhatikan perkembangan dan kecenderungan yang berhubungan erat dengan lingkungan.

Ruang lingkup manajemen operasi berhubungan dengan keputusan mengenai proses pengoperasian sebuah sistem produksi, pemilihan dan persiapan sistem operasi yang meliputi:

- a. Pengambilan keputusan dalam perencanaan jumlah kapasitas produksi yang optimal
- b. Pengambilan keputusan dalam perencanaan bangunan pabrik, layout, desain tata letak fasilitas
- c. Pengambilan keputusan dalam desain proses transformasi
- d. Pengambilan keputusan dalam desain aliran kerja

- e. Pengambilan keputusan dalam manajemen persediaan
- f. Pengambilan keputusan dalam manajemen proyek
- g. Pengambilan keputusan dalam membuat *schedule* atau jadwal kerja
- h. Untuk pengendalian dan pengawasan kualitas
- i. Untuk pemeliharaan fasilitas produksi

Dikemukakan oleh Efendi (2019:2) Ruang lingkup manajemen operasi meliputi perancangan sistem produksi meliputi hal hal berikut:

1. Penyeleksian dan perancangan produk, proses dan peralatan
2. Pemilihan lokasi perusahaan dan unit produksinya
3. Perancangan tata letak
4. Perancangan tugas dan pekerjaan
5. Penyusunan strategi produksi dan pemilihan kapasitas

Secara umum manajemen operasi merupakan upaya dalam pengelolaan secara maksimal atas penggunaan seluruh faktor produksi yang meliputi tenaga kerja, mesin, peralatan, bahan baku dan aspek lain yang berhubungan dengan proses produksi. Oleh karena itu ruang lingkup manajemen berpendapat bahwa Ambarwati dan Supardi (2020:12) mengenai ruang lingkup manajemen operasi terdiri atas 3 bagian utama yaitu:

1. Perencanaan sistem produksi

Untuk menghasilkan barang atau jasa yang dikehendaki yang sesuai dengan kebutuhan para konsumen, baik mengenai kuantitas dan kualitas, harga dan waktu. Dalam lingkup perencanaan sistem produksi yang harus di perhatikan

seperti, penentuan lokasi pabrik, penentuan tata letak fasilitas pabrik, perencanaan lingkungan kerja dan persoalan standar.

## 2. Pengendalian produksi

Pengendalian yang berdasar pada perencanaan yang sudah diputuskan sebelumnya. Perencanaan produksi adalah dasar dalam melakukan berbagai kebijakan dan standar yang harus di penuhi dalam proses produksi harus diawasi supaya tidak melenceng dari perencanaan yang sudah di susun. Kesalahan kesalahan yang bisa merugikan perusahaan diantaranya: pengendalian bahan baku, pengendalia biaya produksi, pengendalian tenaga kerja, pengendalian kualitas, dan pemeliharaan

## 3. Sistem informasi produksi

Merupakan seperangkat sistem untuk menjalankan berbagai operasional dan produksi perusahaan agar dapat terjalin alur kerja yang efektif dan efisien, bukan perangkat lunak sistem informasi. Beberapa sistem informasi produksi sebagai berikut: struktur organisasi, produksi atas dasar pesanan, produksi untuk pasar.

### **2.1.2.2 Kinerja Operasional**

Kinerja Operasional merupakan ukuran efektivitas dan efisiensi suatu organisasi dalam menjalankan aktivitas aktivitas operasionalnya guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Secara umum, kinerja operasional mencerminkan seberapa baik suatu perusahaan mampu mengelola sumber daya, proses produksi, serta layanan kepada pelanggan dalam rangka menciptakan nilai tambah dan keunggulan kompetitif.

Menurut Hansen dan Mowen yang diahli terjemahkan oleh Kasmir (2020) adalah “*operational performance is the measurement of efficiency of the process with organization, such as production, distribution, and service*” dari kutipan tersebut adalah kinerja operasional adalah pengukuran efisiensi, dari proses proses dalam organisasi, seperti produksi, distribusi, dan pelayanan.

Dilanjut dengan Sofyan assauri (2020) kinerja operasional merupakan hasil dari kegiatan operasional suatu organisasi dalam jangka waktu tertentu yang dapat dinilai dari efisiensi dan efektivitas proses produksi.

Sedangkan Mulyadi (2021) Kinerja operasional adalah tingkat pencapaian efisiensi dan efektivitas kegiatan operasional perusahaan dalam menghasilkan produk atau jasa.

Manajemen operasional, kinerja diukur melalui berbagai indikator seperti kecepatan proses, kualitas produk atau layanan, tingkat pemanfaatan kapasitas, produktifitas tenaga kerja, dan tingkat kepuasan pelanggan.

### **2.1.3 Manajemen Persediaan**

Manajemen operasi yang merupakan salah satu fungsi organisasi secara utuh berhubungan dengan fungsi bisnis lainnya. Aktivitas manajemen operasi berkaitan dengan cara pengorganisasian untuk mendapatkan perusahaan yang produktif, cara barang dan jasa dapat diproduksi, dan tindakan yang harus dikerjakan manajer operasi.

### 2.1.3.1 Pengertian Manajemen Persediaan

Manajemen persediaan merupakan suatu proses pengelolaan stok yang mencakup aktivitas pengadaan, penyimpanan, dan pengendalian, guna memastikan ketersediaan barang sesuai dengan kebutuhan operasional. Tujuan utama dari proses ini adalah untuk mendukung kelancaran kegiatan perusahaan, menghindari terjadinya kekurangan maupun kelebihan persediaan, serta meminimalkan biaya penyimpanan.

Menurut Heizer *et al* (2020:522) menjelaskan bahwa manajemen persediaan adalah: *“The objective of inventory management is to strike a balance between inventory investment and customer service You can never achieve a lowcost strategy without good inventory management.”* Dari kutipan tersebut bahwa tujuan dari manajemen inventaris adalah untuk mencapai keseimbangan antara investasi dan layanan pelanggan. Tidak akan pernah bisa mencapai strategi biaya rendah tanpa manajemen inventaris yang baik.

Pernyataan dari (Saputra *et al.*, 2021) persediaan adalah stok atau penyimpanan barang yang disimpan perusahaan dalam bentuk, inventris yang berkaitan dengan bisnis yang dijalankan.

Sedangkan Arifianti (2022:85) mengungkapkan bahwa, persediaan merupakan selaku suatu aset yang mencakup beberapa komoditas untuk industri disertai itikad guna dipasarkan dalam sesuatu rentang waktu bisnis normal ataupun persediaan beberapa barang yang dalam tahapan proses produksi maupun barang yang menunggu pemakaian dalam sesuatu proses produksi. Persediaan menggambarkan aspek yang sangat berarti dalam industri sebab persediaan adalah

salah satu aset yang sangat mahal dipunyai industri hingga industri mesti bisa mengelola persediaan dengan manajemen persediaan yang baik untuk mengurangi pengeluaran.

Persediaan mencakup barang dan bahan yang dipunyai perusahaan dan dimanfaatkan untuk mendukung proses produksi atau menunjang pelayanan jasa.

Jadi persediaan terdiri atas :

- 1) Bahan Mentah
- 2) Komponen dan suku bagian
- 3) Barang setengah jadi, termasuk subrakitan
- 4) Barang jadi
- 5) Suplai perawatan dan perbaikan
- 6) Suplai untuk operasi lainnya

Berdasarkan beberapa pendapat ahli, dapat disimpulkan persediaan merupakan bahan atau barang yang disimpan perusahaan untuk memenuhi kebutuhan produksi atau dijual kepada konsumen agar dapat memperoleh pendapat serta keuntungan dari hasilnya.

#### **2.1.3.2 Jenis Jenis Persediaan**

Persediaan sebagai cadangan bahan mentah yang dimiliki oleh perusahaan memiliki beberapa macam karakteristik yang dibedakan berdasarkan fungsi dan kegunaannya. Diketahui bahwa persediaan dapat dibedakan menurut fungsinya, tetapi perlu diketahui bahwa persediaan itu merupakan cadangan dan karena itu harus dapat digunakan secara efisien. Disamping perbedaan menurut fungsi, persediaan dapat dibedakan atau dikelompokkan menurut jenis dan posisi barang

tersebut di dalam urutan pengerjaan produk, setiap jenis mempunyai karakteristik khusus tersendiri dan cara pengelolaannya yang berbeda. Sementara itu Handoko (2020:3), jenis persediaan dapat dibedakan atas:

- a. Persediaan bahan mentah (*Raw Material*), yaitu persediaan barang – barang berwujud, seperti baja, kayu, dan komponen komponen lainnya yang digunakan dalam proses produksi
- b. Persediaan komponen komponen rakitan (*purchases parts/ components*) yaitu persediaan barang – barang yang terdiri dari komponen komponen yang diperoleh dari perusahaan lain, dimana secara langsung dapat dirakit menjadi suatu produk.
- c. Persediaan bahan pembantu atau penolong (*supplies*), yaitu persediaan barang – barang yang diperlukan dalam proses produksi, tetapi tidak merupakan bagian atau komponen barang jadi.
- d. Persediaan barang dalam proses (*work in proses*), yaitu persediaan barang – barang yang merupakan dari tiap – tiap bagian dalam proses produksi atau yang telah diolah menjadi suatu bentuk, tetapi masih perlu di proses lebih lanjut menjadi barang jadi.
- e. Persediaan barang jadi (*finished goods*), yaitu persediaan barang – barang yang telah selesai di proses atau di olah dalam pabrik dan siap untuk dijual dikirim kepada pelanggan.

Sedangkan Ristono (2019:7-8), pembagian jenis persediaan berdasarkan tujuannya terdiri dari :

a. Persediaan siklus (*cycle stock*) persediaan mempunyai siklus tertentu, pada saat pengiriman jumlah banyak kemudian sedikit demi sedikit berkurang akibat dipakai atau dijual sampai akhirnya habis atau hampir habis kemudian mulai dengan siklus baru lagi.

b. Persediaan pengamanan (*safety stock*)

Persediaan pengamanan atau sering pula disebut sebagai *safety stock* adalah persediaan yang dilakukan untuk mengantisipasi unsur ketidakpastian permintaan dan penyediaan. Apabila persediaan pengaman tidak mampu mengantisipasi tersebut, akan terjadi kekurangan persediaan *stockout*

c. Persediaan antisipasi

Persediaan antisipasi disebut sebagai *stabilization stock* merupakan persediaan yang dilakukan untuk menghadapi fluktuasi permintaan yang sudah dapat di perkirakan sebelumnya.

d. Persediaan dalam pengiriman

Persediaan dalam pengiriman disebut *work in process stock* adalah persediaan masih dalam pengiriman yaitu Eksternal *transit stock* adalah persediaan yang masih berada dalam transportasi dan Internal *transit stock* adalah persediaan yang masih menunggu untuk di proses atau menunggu sebelum dipindahkan.

Persediaan ada berbagai jenisnya, setiap jenis mempunyai karakteristik khusus dan dan cara pengelolaanya berbeda. jenis persediaan menyatakan bahwa Assauri (2019:141) dapat dibedakan sebagai berikut :

a. Persediaan barang mentah

Persediaan barang mentah adalah persediaan bahan baku yang digunakan untuk di olah yang nantinya akan di proses menjadi barang jadi.

b. Persediaan komponen

Persediaan barang barang yang terdiri dari komponen komponen yang diterima dari perusahaan lain, yang dapat secara langsung digunakan dengan komponen lainnya tanpa melalui proses produksi sebelumnya.

c. Persediaan bahan pembantu (*supplier*)

Bahan pembantu atau penolong adalah persediaan barang barang yang di perlukan dalam proses produksi, akan tetapi bukan termasuk bagian atau komponen barang jadi.

d. Persediaan dalam proses (*work in proses*)

Persediaan dalam proses adalah persediaan yang telah melalui proses pertama dan harus melalui proses selanjutnya untuk menjadi persediaan barang jadi.

e. Persediaan barang jadi (*finish good*)

Persediaan barang jadi adalah persediaan barang yang telah selesai diproses atau di olah dalam pabrik dan siap dijual kepada pelanggan atau perusahaan lain.

Dari penjelasan tersebut dijelaskan persediaan dibagi ke dalam beberapa jenis untuk sesuai dengan penggunaan dan fungsi dari masing masing jenis persediaan agar memudahkan perusahaan dalam memilah jenis persediaan yang penaran cukup penting. Sebab, distribusi berperan dalam pengalokasian barang agar mudah di jangkau konsumen.

### 2.1.3.3 Fungsi Persediaan

Setiap organisasi atau perusahaan selalu berusaha untuk menjamin kelancaran dari kegiatan produksi. Perusahaan selalu mengadakan persediaan untuk menghindari terhambatnya produksi karena kehabisan stok. Pengadaan persediaan merupakan cara yang tepat yang dipilih perusahaan karena memiliki beberapa fungsi yang akan menambah fleksibilitas dalam operasi dan menjamin kelancaran produksi.

Fungsi-fungsi persediaan di kemukakan oleh (Dahira 2020), Persediaan dapat memiliki berbagai fungsi yang menambah fleksibilitas operasi toko, keempat fungsi adalah sebagai berikut :

1. Untuk memberikan pilihan barang agar dapat memenuhi permintaan pelanggan yang diantisipasi dan memisahkan perusahaan dari fluktuasi permintaan
2. Untuk mengambil keuntungan dari potongan jumlah karena pembelian dalam jumlah besar dapat menurunkan biaya pengiriman barang.
3. Untuk menghindari dari kekurangan stock sewaktu waktu dapat terjadi.
4. Untuk melakukan *hedging* terhadap inflasi harga

Fungsi utama persediaan berperan sebagai penyangga, penghubung antar proses produksi serta distribusi untuk mendapatkan efisiensi. Pernyataan yang dikemukakan oleh Handoko (2019:335) efisiensi suatu organisasi dapat ditingkatkan karena berbagai fungsi penting persediaan. Persediaan ini mungkin tetap tinggal diruang penyimpanan, Gudang, pabrik, toko pengecer, atau sedang dalam pemindahan pabrik, dalam truk pengangkut atau kapal yang sedang menyebrangi lautan.

1. Fungsi *Decoupling*

Fungsi penting persediaan adalah memungkinkan operasi perusahaan internal dan eksternal mempunyai kebebasan. Persediaan *decouples* ini memungkinkan perusahaan dapat memenuhi permintaan langganan tanpa ketergantungan pada supplier

2. Fungsi *Economis Los Sizing*

Melalui penyimpanan persediaan, perusahaan dapat memproduksi dan membeli sumber daya dalam kuantitas yang dapat mengurangi biaya perunit persediaan lot *size* perlu mempertimbangkan penghematan pembelian, biaya pengangkutan per unit lebih murah karena perusahaan melakukan pembelian dalam kuantitas yang lebih besar, dibandingkan dengan biaya yang timbul karena adanya persediaan.

3. Fungsi antisipasi

Perusahaan sering menghadapi fluktuatif permintaan yang dapat diperkirakan dan diramalkan berdasarkan pengalaman atau data masa lalu yaitu permintaan musiman. Dalam hal ini perusahaan dapat mengadakan persediaan musiman.

Sedangkan oleh Martono (2019:128) persediaan dapat memberikan berbagai fungsi kepada perusahaan yang dapat menambah fleksibilitas aktivitas operasional dan menjamin kelancaran produksi, sebagai berikut :

1. Antisipasi

Antisipasi berarti persediaan sudah disiapkan dalam beberapa periode sebelum kebutuhan pakaianya. Persediaan sudah disiapkan dalam beberapa periode sebelum kebutuhan pakaianya. Persediaan ini sengaja disimpan untuk

memenuhi kebutuhan penjualan di periode peak season (masa permintaan tinggi misalnya di hari lebaran adalah periode penjualan yang tinggi untuk pakaian) untukantisipasi penjualan yang melonjak karena promosi atau, karena rencana pemeliharaan mesin sehingga perusahaan membutuhkan persediaan untuk proses berikutnya.

2. Fluktuasi atas persediaan pengaman

Persediaan pengaman biasa disebut juga dengan *safety stock* tujuannya adalah untuk mengakomodasi fluktuasi dari pasokan dan permintaan barang, dan mengantisipasi perubahan *lead time* pengiriman barang. Bentuknya berupa persediaan pengaman *safety stock* sehingga dapat mengurangi kemungkinan persediaan habis.

3. *Lot size*

Persediaan yang muncul karena barang dibeli atau diproduksi dalam jumlah lot atau dalam jumlah yang lebih besar dari pada kebutuhan pada saat itu.

4. *Transportation inventory*

Persediaan pada masa pengiriman pemasok bahan mentah ke pabrik atau dari pabrik ke konsumen. Status kepemilikan persediaan menunjukkan pembebanan biaya persediaan.

5. *Hedging*

Persediaan yang diadakan untuk mengantisipasi fluktuasi harga misalnya, barang komoditas yang dengan sengaja disimpan ketika harganya turun dan akan dijual jika harga dipasaran mengalami kenaikan.

6. *Buffer*

Persediaan yang sengaja di letakan di depan proses agar keseluruhan sistem tidak berhenti untuk menjamin output sistem dan memenuhi tanggat waktu produksi dan penjualan.

#### 7. *Project inventory*

Persediaan yang muncul karena diadakannya sebuah proyek dimana bahan mentah dan peralatan operasional harus dibawa ke lokasi proyek tersebut dilaksanakan. Selama pengerjaan proyek, semua bahan mentah dan peralatan ini disimpan dan di perlakukan layaknya persediaan karena fungsi barang barang ini untuk di mendukung kegiatan operasional pengerjaan proyek dan ada nilai aset perusahaan di dalamnya.

#### **2.1.3.4 Tujuan Persediaan**

Kegiatan operasional suatu perusahaan, terutama yang bergerak di bidang perdagangan barang, manajemen persediaan (*inventory management*) memegang peranan penting dalam menjaga stabilitas aliran barang dari pemasok hingga ke konsumen akhir. Tujuan Persediaan mengetahui bahwa Assauri (2020:10) secara terinci dapat dinyatakan sebagai berikut:

1. Menjaga jangan sampai perusahaan kehabisan persediaan sehingga mengakibatkan terhentinya kegiatan produksi
2. Menjaga agar pembentukan persediaan oleh perusahaan tidak terlalu besar dan berlebihan, sehingga biaya biaya yang timbul dari persediaan tidak terlalu besar.
3. Menjaga agar pembelian kecil kecilan dapat dihindari karena ini akan memperbesar biaya pemesanan.

Dikemukakan oleh Jacobs dan Chase (2019:518) seluruh perusahaan memiliki penyimpanan persediaan sebagai berikut :

1. Untuk menjaga independensi operasional.

Pasokan material di dalam pusat kerja memungkinkan untuk memusatkan fleksibilitas pada kegiatan operasional. Misalnya karena ada biaya untuk membuat setiap pengaturan produksi baru, persediaan ini memungkinkan manajemen untuk mengurangi jumlah pengaturan.

2. Untuk mencapai variasi dalam permintaan produk.

Jika suatu permintaan akan produk diketahui dengan pasti, ada kemungkinan untuk memproduksi produk untuk memenuhi permintaan. Biasanya, bagaimanapun, permintaan tidak diketahui secara pasti, dan *safety stock* , atau *buffer stock* , harus dijaga untuk menahan variasi tersebut.

3. Untuk memungkinkan fleksibilitas dalam penjadwalan produksi

Persediaan yang tersedia mengurangi tekanan pada sistem produksi untuk memproduksi barang. Hal ini menyebabkan waktu tunggu yang lebih lama, yang memungkinkan perencanaan produksi untuk aliran yang lebih lancar dan biaya operasi yang lebih rendah melalui produksi ukuran lot yang lebih besar.

4. Menyediakan perlindungan terjadinya variasi pada waktu pengiriman bahan baku.

Ketika material dipesan melalui vendor, keterlambatan dapat terjadi dengan berbagai alasan, variasi waktu pengiriman, kekurangan persediaan pada vendor yang mengakibatkan tumpukan pengerjaan, kerusakan yang tidak terprediksi

pada vendor atau perusahaan pengiriman lainnya. Pesanan yang hilang, atau kesalahan pengiriman atau material yang cacat.

5. Mengambil keuntungan dari ukuran pesanan ekonomis.

Terdapat biaya yang harus dikeluarkan ketika melakukan pesanan, pengiriman, tenaga kerja, panggilan telepon, pengetikan, pengiriman dan lainnya. Jadi, semakin besar pesanan, semakin sedikit pesanan yang perlu ditulis. Selain itu, semakin banyak jumlah pesanan, biaya pengiriman perunit akan semakin rendah.

6. Alasan domain lain yang bersifat spesifik.

Tergantung pada situasi, persediaan perlu dibawa. Sebagai contoh, persediaan yang sedang transit adalah material yang sedang bergerak dari pemasok ke pelanggan dan tergantung pada jumlah pesanan dan *lead time* transitnya.

Tujuan Persediaan sedangkan Harding (2020) adalah meminimalkan investasi dalam persediaan namun tetap konsisten dengan penyediaan tingkat pelayanan yang diminta. Definisi tujuan manajemen persediaan secara umum merupakan salah satu bagian penting di perusahaan dimana bagian berfungsi untuk mengontrol persediaan yang dimiliki oleh suatu perusahaan kegiatan yang selalu dilakukan dalam manajemen persediaan dimulai dari cara mendapatkan persediaan, menyimpannya sampai, persediaan barang tersebut dapat terjual. Proses dalam mengatur persediaan barang ini tidaklah mudah, salah satu asset perusahaan yang berperan penting dengan tingkatan penjualan, jika terjadi masalah tentang persediaan akan langsung berpengaruh pada kerugian bisnis:

Berikut tujuan manajemen persediaan antara lain:

- a. Memastikan persediaan lewat *safety stock*.
- b. Mengantisipasi perubahan penawaran dan permintaan.
- c. Mengurangi atau menghilangkan resiko keterlambatan pengiriman barang.
- d. Menyesuaikan jadwal pengelolaan produk produk barang dagang
- e. Mengurangi atau menghilangkan resiko
- f. Mengantisipasi permintaan yang dapat disumsikan
- g. Mendapatkan keuntungan karena *quantity discount*
- h. Membantu supaya barang produksi bisa dapat dikirim tepat waktu, tanda adanya delay.

Berdasarkan uraian penjelasan diatas maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa tujuan diadakannya persediaan untuk sebuah organisasi atau perusahaan memberikan banyak manfaat terutama pada kelancaran produksi atau kegiatan operasional perusahaan. Selain itu memberikan manfaat ke dalam beberapa bidang dalam fungsi manajemen fungsional, sehingga akibat dari timbulnya persediaan dapat saling keterkaitan antara satu bidang dengan bidang lainnya untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai oleh perusahaan.

#### **2.1.4 Distribusi**

Distribusi dapat diartikan sebagai suatu proses penyaluran barang atau jasa dari produsen kepada konsumen melalui berbagai saluran atau perantara, dengan tujuan untuk memastikan produk sampai ke tangan pengguna akhir secara tepat waktu, dalam jumlah yang sesuai, dan dalam kondisi yang layak. Dalam konteks manajemen dan ekonomi, distribusi tidak hanya mencakup aspek fisik pemindahan barang, tetapi juga mencakup aktivitas perencanaan, pengendalian, serta

pengorganisasian arus produk, informasi, dan nilai tambah. Oleh karena itu, distribusi memiliki peran strategis dalam menjaga kelancaran rantai pasok, meningkatkan efisiensi operasional, dan mendukung tercapainya kepuasan pelanggan.

#### **2.1.4.1 Definisi Distribusi**

Distribusi merupakan suatu tantangan yang harus dihadapi oleh suatu perusahaan pada saat produk selesai di proses, distribusi ini menyangkut cara penyampaian produk ke tangan konsumen.

Distribusi adalah segala kegiatan yang ditunjukkan untuk menyalurkan barang dari produsen ke konsumen. Distribusi memegang peranan yang sangat penting dalam bidang penjualan. distribusi adalah suatu kegiatan menyalurkan barang dari produsen ke konsumen. Dengan tujuan agar konsumen dapat dengan mudah memperoleh barang yang konsumen butuhkan. Distribusi juga berperan sangat penting dalam meningkatkan penjualan dalam suatu perusahaan. Karena berhasilnya suatu pendistribusian maka tercapailah tujuan dari perusahaan.

Berikut ada beberapa indikator yang dapat diukur dalam distribusi yakni berpendapat bahwa Darsono & Husada (2020:45)

1. Ketersediaan barang
2. Produk pemesanan
3. Kecepatan dalam pengiriman
4. Kemudahan dalam mendapatkan produk dan jasa

Distribusi adalah jalur yang di pakai oleh produsen untuk memindahkan produk mereka melalui suatu lembaga yang mereka pilih untuk mengalihkan

kepemilikan produk baik secara langsung maupun tidak langsung, dari produsen ke konsumen. Tujuannya untuk mencapai pasar tertentu. Jadi pasar merupakan tujuan akhir dari kegiatan saluran distribusi menurut Elsa dwi lestari (2020)

Berpendapat bahwa Widodo (2020) *“Distribution is a marketing effort aimed at optimizing the delivery of goods and services from product to customers to meet their needs in terms of type, quantity, price, location, and desired time”* dengan arti distribusi adalah upaya dalam pemasaran yang bertujuan untuk mengoptimalkan pengiriman barang dan layanan dari produsen ke konsumen agar sesuai dengan kebutuhan mereka baik dalam hal jenis, jumlah, harga, lokasi, dan waktu yang diinginkan.

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa distribusi merupakan suatu proses yang berperan dalam menyalurkan barang atau jasa dari produsen, supplier, atau pemilik barang kepada konsumen akhir melalui ke efektifan dan efisien dalam distribusi.

#### **2.1.4.2 Fungsi Distribusi**

Distribusi merupakan salah satu elemen kunci dalam kegiatan ekonomi yang berperan sebagai jembatan antara proses produksi dan konsumsi. Melalui fungsi distribusi, produk dapat disalurkan dari produsen ke konsumen secara efisien, tepat sasaran, dan sesuai kebutuhan pasar. Pemahaman terhadap fungsi ini sangat penting untuk menjamin kelancaran arus barang, mengurangi biaya logistik, serta meningkatkan kepuasan pelanggan.

Distribusi terbagi dua yaitu :

- a. Distribusi yang didasarkan pada waktu (*time utility*), kegiatan distribusi yang dimanfaatkan waktu tertentu. Mengatur waktu penggunaan suatu barang, misalnya pembelian beras yang dilakukan bulog yang dilakukan saat musim panen, dan dijual kembali pada saat masyarakat dibutuhkan.
  - b. Distribusi yang didasarkan pada tempat (*place utility*), kegiatan distribusi yang memanfaatkan tempat – tempat dimana suatu barang memiliki nilai ekonomis. Memindahkan barang dari suatu tempat ke tempat lain yang mempunyai nilai ekonomis lebih tinggi.
- Kegiatan distribusi adalah kegiatan untuk menyalurkan barang dan jasa dari produsen kepada konsumen. Selain, pengertian tersebut distribusi juga merupakan usaha untuk menambah nilai guna barang atau jasa.

Adapun fungsi distribusi yang di kemukakan oleh Tjiptono (2020) yaitu:

1. Menyalurkan produk ke tempat konsumen
2. Menjaga ketersediaan stock
3. Mendekatkan produk dengan konsumen secara geografis dan psikologis

Fungsi distribusi dalam pelaksanaan operasional pendistribusian, produsen memiliki mitra dalam hal pendistribusian yang dikenal sebagai distributor. Ada tiga fungsi yang dilakukan oleh mitra atau distributor. Berpendapat bahwa Mikael han suryanto (2019:16)

1. Fungsi Pertukaran (*Transaction fungcion*)

Fungsi pertukaran ini memerlukan adanya kegiatan transaksi antara dua pihak atau lebih, baik kegiatan transaksi yang dilakukan pihak mitra atau distributor dengan pihak pelanggan maupun produsen.

## 2. Fungsi penyedia fisik (*Logistical fungcion*)

Fungsi penyedia fisik terjadi setelah adanya proses distribusi, yakni perpindahan produk atau jasa dari produsen melalui mitra atau distributor ke konsumen akhir.

## 3. Fungsi Penunjang (*supporting fungction*)

Fungsi penunjang memiliki peranan membantu pelaksanaan fungsi lainnya, diantaranya adalah sebagai berikut :

- a. Pelayanan prajurnal jaminan prajurnal yang dilakukan ini bertujuan meningkatkan loyalitas konsumen dalam menggunakan produk atau jasa yang di pakai.
- b. Pendanaan dalam melakukan kegiatan distribusi diperlukan sejumlah dana yang dikeluarkan berkaitan dengan permintaan dan penyebaran dana untuk menutup biaya dari saluran distribusi.
- c. Penyebaran informasi memegang peranan penting dalam kegiatan distribusi untuk meningkatkan hubungan dan loyalitas dari pelanggan.
- d. Koordinasi Saluran diperlukan untuk memastikan seluruh bagian yang berkaitan dengan kegiatan distribusi sudah dilakukan dengan baik.
- e. Pembayaran arus dana dari penjual atas produk atau jasa yang diberikan ke pelanggan

Sedangkan Mulyadi (2020) menyatakan bahwa fungsi distribusi dalam konteks bisnis di Indonesia berperan untuk menyalurkan produk dari produsen ke konsumen melalui saluran distribusi tertentu, baik secara

langsung maupun melalui perantara dengan tujuan meningkatkan nilai produk dimata konsumen. Dengan lebih spesifik diantaranya yaitu:

1. Fungsi pertukaran (menjual, membeli)
2. Fungsi fisik (penyimpanan, transportasi)
3. Fungsi fasilitas (pembiayaan, informasi pasar)

Berdasarkan uraian yang telah disampaikan menurut para ahli diatas fungsi distribusi memiliki peran yang sangat penting antara proses produksi atau pengadaan barang dengan pemenuhan kebutuhan konsumen akhir. Pada saluran distribusi yang tepat pengelolaan waktu yang sesuai dengan permintaan pasar.

#### **2.1.5 Efisiensi**

Efisiensi salah satu indikator penting untuk mengukur keberhasilan operasional suatu perusahaan, efisiensi mencerminkan kemampuan organisasi dalam memanfaatkan sumber daya secara optimal.

Menurut Robins & Coulter (2020) yang diahli bahasakan oleh Rizik mengungkapkan bahwa "*Efficiency refers to getting the most output from the least amount of inputs.*" Definisi ini mengandung arti Efisiensi yaitu memperoleh hasil *output* sebanyak mungkin dengan penggunaan sumber daya input seminimal mungkin.

Selanjutnya Siagian (2021) yaitu efisiensi adalah perbandingan terbaik antara input dan output dengan keseimbangan sumber daya yang digunakan hasil yang akan di capai.

Sedangkan Mulyadi (2020:23) merupakan kemampuan untuk menghasilkan sesuatu dengan jumlah sumberdaya yang seminimal mungkin.

### 2.1.6 Supply Chain Management (SCM)

Dunia bisnis yang semakin kompetitif dan dinamis, pengelolaan rantai pasok atau *Supply Chain Management* (SCM) menjadi salah satu aspek krusial dalam menjamin kelancaran operasional, efisiensi distribusi, dan kepuasan pelanggan. SCM tidak hanya berkaitan dengan pergerakan barang, tetapi juga melibatkan aliran informasi, keuangan, serta koordinasi antarpelaku dalam jaringan bisnis, mulai dari pemasok (*supplier*), produsen, distributor, hingga konsumen akhir. Manajemen rantai pasokan (*supply chain management*) Menurut (Pujianto et al. 2021) adalah metode atau pendekatan untuk mengelola aliran produk, informasi dan uang secara terintegrasi yang melibatkan pihak-pihak mulai dari hulu (*upstream*) ke hilir (*downstream*) yang terdiri dari *supplier*, pabrik atau manufaktur, pelaku kegiatan distribusi dan jasa-jasa logistik. Terdapat 3 macam aliran *supply chain management* yang harus dikelola yaitu :

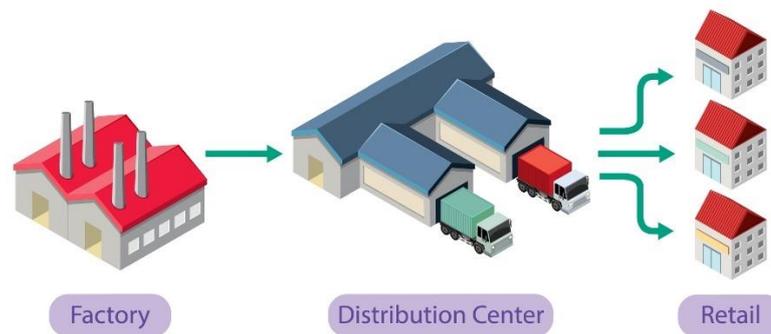
1. Aliran barang yang mengalir dari hulu ke hilir dan dari hilir ke hulu. Aliran barang berupa bahan baku dan komponen yang dikirim dari *supplier* ke manufaktur pabrik. Setelah produk selesai produksi, produk dikirim ke distributor, pengecer, toko, ritel kemudian ke pemakai akhir. Aliran barang berupa retur, *reycycle* dan reppair mengalir dari hilir ke hulu yaitu dari ritel, toko ke distributor kemudian diteruskan ke pabrik/manufaktur
2. Aliran uang yang mengalir dari hulu ke hilir dan dari hilir ke hulu. Aliran uang berupa *invoice* dan termin pembayaran dikirim dari *supplier* ke manufaktur atau pabrik. Aliran uang berupa pembayaran mengalir dari hilir ke hulu yaitu

dari ritel atau toko ke distributor kemudian diteruskan ke pabrik atau manufaktur.

3. Aliran informasi yang mengalir dari hulu ke hilir dan dari hilir ke hulu. Aliran informasi berupa kapasitas, status pengiriman, *quotation*, dan informasi teknis, dikirim dari supplier ke manufaktur atau pabrik. Aliran informasi berupa stok penjualan, RFQ (*request for quotation*) atau RFP (*request for proposal*) mengalir dari hilir ke hulu yaitu ritel atau toko ke distributor kemudian diteruskan ke pabrik atau manufaktur.

*Supply chain management* (SCM) pertama kali dikemukakan oleh (Santoso et.al., 2020) adalah jaringan fisiknya yakni perusahaan perusahaan yang terlibat dalam memasok bahan baku memproduksi barang maupun pengiriman ke pemakai, akhir. SCM adalah metode, alat atau pendekatan pengelolaanya.

*“The generally accepted definition of SCM comes from the Apics (2020), which define it as the design, planning, execution, control and monitoring, of activities to create net value, build a competitive infrastructure lever age worldwide logistic.”* Dari definisi tersebut adalah definisi dari rantai pasok diterima secara umum dari Apics (2020) yang mendefinisikannya sebagai desain perencanaan, kontrol, dan pemantauan kegiatan untuk menciptakan nilai bersih membangun infrasktruktur yang kompetitif menuangka logistic dan mengukur kinerja secara global.



**Gambar 2.2 Supply chain management**

Sumber: Blog.Dealpos.com

Dari *supply chain* tersebut ada beberapa pemain utama yang merupakan perusahaan mempunyai kepentingan yang sama yaitu:

1. Supplies
2. Manufactures
3. Distribution
4. Retail outlet
5. Customer

#### **2.1.6.1 Tujuan Manajemen Rantai Pasok**

Manajemen rantai pasokan bertujuan menjaga mekanisme penawaran dan permintaan agar beroperasi dengan lancar, serta memastikan akses yang efektif terhadap barang atau jasa. Bidang ini menjadi sangat penting dalam dunia bisnis karena dapat menjadi salah satu faktor yang menentukan keunggulan bersaing suatu perusahaan. Manajemen rantai pasok mencakup elemen elemen seperti perencanaan produksi, pengelolaan persediaan, proses produksi, distribusi dan koordinasi antar berbagai tahapan dalam rantai pasokan.

Tujuan manajemen rantai pasokan terdiri dari tujuan fungsional (jangka pendek) dan tujuan strategi (jangka Panjang). Tujuan fungsional jangka pendek di

lingkungan lokal harus mendukung tujuan strategis untuk membuat *supply chain* memenangkan dan bertahan dari persaingan pasar.

Tujuan strategis jangka Panjang meliputi menyediakan produk yang murah, berkualitas, tepat waktu, dan bervariasi. Tingkat kepentingan untuk masing masing tujuan tersebut berbeda beda untuk setiap jenis produk dan segmen konsumen. Ada produk yang dibeli konsumen dengan pertimbangan utamanya kualitas, ada produk yang unggul di pasar karena mampu menciptakan produk yang bervariasi, ada pula produk yang laris di pasar karena mudah dan cepat diperoleh.

Tujuan fungsional jangka pendek meliputi sumber daya perusahaan yang memiliki kemampuan untuk beroperasi secara efisien, menciptakan kualitas, cepat, fleksibel, inovatif. Tingkat dukungan untuk masing masing tujuan tersebut berbeda beda untuk setiap jenis tujuan strategis. Jika tujuan strategis adalah membuat produk yang murah maka perlu di dukung oleh kemampuan perusahaan yang beroperasi secara efisien, melakukan proses produksi dengan benar seperti mengurangi produk yang rusak atau produk yang harus dikerjakan ulang (*rework*) agar dapat memberikan penghematan dan menawarkan produk dengan harga yang lebih murah anna wulandari & heru mulyanto (2024:15)

Tujuan rantai pasok yang dikemukakan oleh Ricky (2019:1) adalah mengakumulasi nilai value, dan profit yang di ciptakan oleh setiap komponen di dala rantai pasok, yaitu nilai tambah yang di ciptakan oleh pemasok kepada manufaktur, manufaktur kepada distributor, dan distributor kepada konsumen.

### 2.1.6.2 Strategi Manajemen Rantai Pasok

Strategi adalah kumpulan berbagai keputusan dan aksi yang dilakukan oleh suatu organisasi atau oleh beberapa organisasi secara bersama sama di sepanjang *supply chain* tersebut untuk mencapai tujuan jangka panjang yang telah di tentukan (Pujawan & Mahendrawati 2019). Dalam manajemen rantai pasokan, keputusan atau aksi tersebut adalah pendirian pabrik baru, penambah kapasitas produksi, penggabungan dua fasilitas produksi, perancangan produk baru, pengalihan tanggung jawab pengelolaan persediaan kepada *supplier*, pengurangan jumlah *supplier*, pemberlakukan sistem pengendalian kualitas yang baru, dan sebagainya.

Strategi *supply chain* memiliki cakupan yang lebih luas dari pada strategi operasi. Strategi *supply chain* memiliki karakteristik sebagai berikut :

1. Strategi *supply chain* mencakup hal yang lebih luas dan keluar dari batas internal sebuah perusahaan, seperti keputusan strategis tentang jaringan pasokan (*supply network*) keputusan tentang *supplier* akan di pilih, *supplier* yang akan diajak sebagai mitra jangka panjang, keputusan tentang lokasi Gudang dan pusat distribusi yang akan didirikan, keputusan melakukan sendiri kegiatan logistik atau menyerahkannya ke pihak ketiga, dan sebagainya.
2. Strategi *supply chain* mengacu pada kebutuhan pelanggan akhir (*end customer*) dan kumpulan sumber daya di sepanjang *supply chain* yang mendukung disemua aktivitas agar produk akhir (barang jadi) bisa sampai ke tangan konsumen akhir dengan harga, kualitas, dan waktu yang tepat. Supply chain pada hakikatnya adalah jaringan banyak perusahaan yang tergantung pada pemakai akhir dari produk yang mereka buat, sehingga kata pasar dalam

konteks *supply chain* mengacu pada *end customer*, bukan pada *immediate customer*.

Mengelola *supply chain management* (rantai pasok) dengan efektif, perusahaan harus memiliki strategi yang terintegrasi terukur sementara itu (Ahmad Syamil et.,al 2023:23) yang dapat digunakan adalah :

1. Perencanaan berorientasi permintaan

Perencanaan ini adalah bagian dari proses manajemen dengan prediksi tentang apa yang ingin dijual oleh perusahaan di masa depan. Hal ini melibatkan penentuan permintaan apa dari setiap produk yang akan dijual oleh perusahaan.

2. Membangun ke mitraan yang kuat dengan pemasok

Pemasok dapat memiliki dampak besar pada perkembangan perusahaan baik itu, menodorng perusahaan agar mendapatkan pendapatan atau mengembangkan bisnis perusahaan, dan pemasok dapat memainkan peran sentral.

3. Fokuskan manajemen rantai pasok pada pelanggan

Membangun basis dengan pelanggan yang setia akan mengarahkan pada pengurangan biaya dan pendapatan jangka panjang

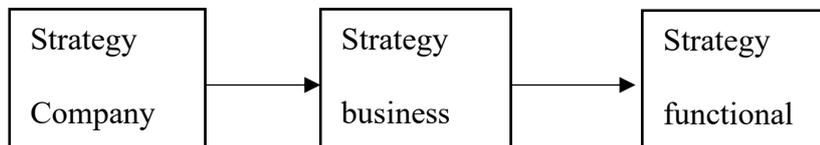
4. Melakukan riview rutin dan memastikan mitigasi resiko

Manajemen risiko rantai pasok mengacu pada proses dimana bisnis mengambil Langkah strategis untuk mengidentifikasi, menilai, dan mengurangi risiko dalam rantai pasok *end to end*.

Strategi manajemen dikemukakan oleh Mikihisa Nakano (2023:23-24) “*in a functional strategy company decides its basic direction for the operations of each*

*function in accordance with its business strategy. Supply chain strategy is a positioned as a third level, cross functional, integrated strategy across several functions, such as procurement, production, logistic and sales. A product development strategy is another example of a third level, cross functional, integrated strategy.”* Dari definisi tersebut yaitu strategi fungsional, perusahaan memutuskan arah dasarnya untuk operasi setiap fungsi sesuai dengan strategi bisnisnya. Strategi rantai pasokan diposisikan sebagai strategi terintegrasi lintas fungsi tingkat ke tiga di beberapa fungsi, seperti pengadaan, produksi, logistik dan penjualan. Strategi pengembangan produk adalah contoh lain dari strategi terintegrasi lintas fungsi tingkat ketiga.

**Tabel 2.1 Strategi SCM**



Sumber: Buku *supply chain management* dan Strategy organisasi

Dari definisi tersebut yaitu strategi fungsional, perusahaan memutuskan arah dasarnya untuk operasi setiap fungsi sesuai dengan strategi bisnisnya. Strategi rantai pasokan diposisikan sebagai strategi terintegrasi lintas fungsi tingkat ke tiga di beberapa fungsi, seperti pengadaan, produksi, logistik dan penjualan. Strategi pengembangan produk adalah contoh lain dari strategi terintegrasi lintas fungsi tingkat ketiga.

### 2.1.6.3 Model Pengukuran Kinerja

Pengukuran kinerja tidak hanya berfungsi sebagai dasar evaluasi, tetapi juga sebagai acuan dalam perumusan strategi peningkatan kinerja di masa mendatang. Penerapan model pengukuran kinerja yang tepat memungkinkan organisasi untuk memantau capaian, mengidentifikasi kelemahan, serta mengambil keputusan yang berbasis data.

Pengukuran kinerja menurut Chandra (2019) hanya dapat dilakukan sehingga dapat kinerja yang paling nyata dan harus terukur, apabila suatu kinerja tidak dapat dikelola, agar dapat memperbaiki kinerja, perlu diketahui seperti yang saat ini, apabila deviasi kinerja agar dapat di perbaiki atau di perbarui.

Pengukuran kinerja yang tepat dapat dilakukan dengan cara adalah sebagai berikut :

1. Memastikan bahwa persyaratan yang diinginkan oleh pelanggan terpenuhi
2. Mengusahakan suatu standart kinerja untuk menciptakan perbandingan
3. mengusahakan jarak bagi orang untuk memonitoring tingkat suatu kinerja
4. Menetapkan arti penting masalah suatu kualitas dan menentukan apa yang akan diperlukan suatu prioritas perhatian
5. Menghindari suatu konsekuensi dari rendahnya kualitas
6. Mempertimbangkan sumber daya
7. Mengusahakan suatu umpan balik untuk mendorong usaha perbaikan

Pengukuran kinerja bertujuan untuk mendukung perancangan tujuan, evaluasi kinerja, dan menentukan langkah langkah ke depan baik pada level strategi, taktik dan operasional. (Hayuningtyas, 2020)

Peningkatan kinerja yang di kemukakan (Dayanti et al., 2023) pengukuran kinerja merupakan hal yang sangat penting untuk dilakukan oleh suatu perusahaan. Hasil pengukuran kinerja dapat digunakan untuk merumuskan strategi peningkatan kinerja dan kerjasama yang efektif antara pemasok hingga konsumen.

#### **2.1.6.4 Model – Model Supply Chain Management**

Manajemen Supply Chain Management memiliki berbagai model yang digunakan untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas aliran barang, informasi dan keuangan dalam suatu jaringan bisnis sebagai berikut.

##### **1. SCOR (Supply Chain Operation Reference)**

SCOR (*Supply chain operation reference*) menurut Pujawan (2019:242) membagi proses supply chain menjadi 5 proses inti, yaitu :

##### *1. Plan*

Yaitu proses yang menyeimbangkan permintaan dan pasokan untuk menentukan Tindakan terbaik dalam memenuhi kebutuhan pengadaan, produksi, dan pengiriman. Plan mencakup proses menaksir kebutuhan distribusi, perencanaan dan pengendalian persediaan, perencanaan produksi, perencanaan material, perencanaan kapasitas, dan melakukan penyesuaian *supply chain plan* dengan *financial plan* .

##### *2. Source*

Yaitu proses pengadaan barang maupun jasa untuk memenuhi permintaan. Proses yang dicakup termasuk penjadwalan pengiriman dari *supplier*; menerima, mengecek dan memberikan otorisasi pembayaran untuk barang yang dikirim *supplier*, memilih *supplier*,

mengevaluasi kinerja, dan sebagainya. Jenis proses bisa berbeda tergantung pada apakah barang yang dibeli termasuk *stocked*, *make to order* dan *engineer to order product*.

### 3. *Make*

Yaitu proses untuk mentransformasikan bahan baku/ komponen menjadi produk yang diinginkan pelanggan. Kegiatan *make* atau produksi bisa dilakukan atas dasar pesanan, *engineer to order*. Proses yang terlibat disini antara lain penjadwalan produksi, melakukan kegiatan produksi, dan melakukan pengendalian kualitas, mengelola barang setengah jadi (*work in process*) memelihara fasilitas produksi dan sebagainya.

### 4. *Deliver*

Merupakan proses untuk memenuhi permintaan terhadap barang maupun jasa. Biasanya meliputi *order management*, transportasi, dan distribusi. Proses yang terlibat diantaranya adalah menangani pesanan dari pelanggan, memilih perusahaan jasa pengiriman, menangani kegiatan pergudangan produk jadi, dan mengirim tagihan ke pelanggan.

### 5. *Return*

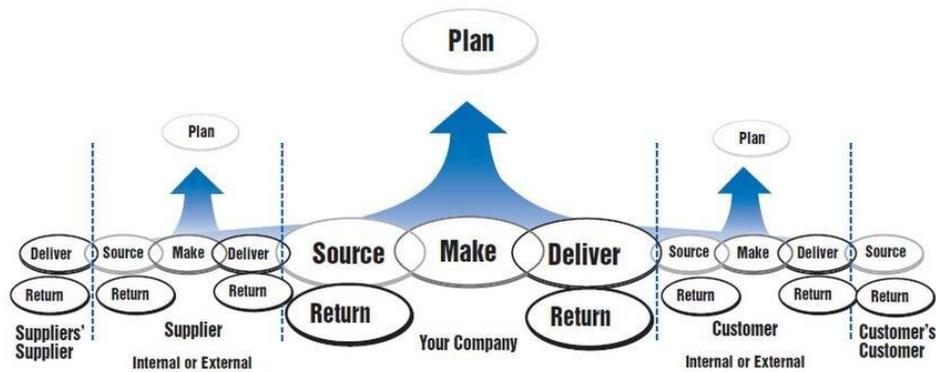
Yaitu proses pengembalian atau menerima pengembalian produk karena berbagai alasan. Kegiatan yang terlibat antara lain indentifikasi kondisi produk, meminta otorisasi pengembalian cacat, penjadwalan pengembalian, dan melakukan pengembalian. Keadaan ini

Model SCOR adalah model pertama yang dapat digunakan untuk mengkonfigurasi rantai pasokan berdasarkan strategi bisnis. Ini memberikan

deskripsi standar yang tidak keliru untuk aktivitas yang terjadi dalam rantai pasokan. Model SCOR juga mengidentifikasi pengukuran kinerja dan alat pendukung yang sesuai untuk setiap aktivitas. Model referensi proses ini memungkinkan semua departemen dan bisnis yang terlibat dalam mengembangkan dan mengelola rantai pasokan terintegrasi untuk berkolaborasi secara efektif.

Berdasarkan APICS (2019) *supply chain operational reference (SCOR)* adalah sebuah model yang menyediakan metodologi, alat diagnostic dan pengukuran yang membantu organisasi untuk melakukan perbaikan dalam rantai pasokan.

Sedangkan Bolstroff & Rasenbaum (2019) *writing that in a global supply chain, mismatches or failures to move as a unit will result in negative effect such as poor service, high inventory, unforeseen cost, and loss of market share. If a supply chain cannot move together, then these business risks can occur.* Mengartikan bahwa dalam rantai pasokan global, ketidaksesuaian atau kegagalan untuk bergerak sebagai suatu kesatuan akan mengubah efek negative seperti pelayanan yang buruk, inventaris yang tinggi, biaya yang tidak terduga pertumbuhan laba yang terhambat, dan hilangnya pangsa pasar. Bila sebuah rantai pasok tidak dapat bergerak Bersama, maka resiko resiko bisnis tersebut dapat terjadi.



**Gambar 2. 3 Model SCOR**

Sumber: ResearchGate

## 2. AHP (*Analytical Hierarchy Process*)

Sementara itu Diana (2019) adalah metode pengambilan keputusan multikriteria yang digunakan untuk menentukan prioritas dari berbagai alternatif berdasarkan kriteria tertentu melalui perbandingan berpasangan dan penghitungan bobot secara kuantitatif.

Menurut haryadi (2020) adalah suatu pendekatan pengambilan keputusan yang mengutamakan pemodelan hierarki masalah dan pembobotan kriteria melalui perbandingan berpasangan untuk memilih alternatif pabrik.

Menurut hasibuan (2020) yaitu menggunakan untuk membantu pengambilan keputusan dalam memilih alternatif terbaik berdasarkan kriteria yang telah disusun, dengan memberikan bobot kuantitatif terhadap faktor faktor yang bersifat kualitatif dengan mengubah penilaian subjektif menjadi angka.

## 3. KPI (*Key Performance indicator*)

Key Performance Indicator merupakan suatu parameter yang berfungsi sebagai media pengukuran suatu kinerja dalam perusahaan dengan menggunakan rentang angka, nilai atau persentase. Penggunaan KPI dapat

menentukan berhasil atau tidak nya suatu instansi dalam mencapai target yang telah di tetapkan. (Tri lestira putri warganegara. et al 2021). Menurut (Fajar Nur aini D. F. 2019) *Key performance indicator* merupakan indikator sebagai tolak ukur untuk menilai keberhasilan level individu sampai level organisasi. Mengukur KPI (*key performance indicator*) yang mencerminkan faktor keberhasilan organisasi yang berbeda. Menurut Richard L Draft (2020) adalah metrik yang digunakan untuk mengevaluasi kinerja organisasi dalam berbagai aspek seperti keuangan, efisiensi operasional, dan kepuasan pelanggan. KPI (*Key Performance Indicator*) dimana kpi membantu organisasi dalam pengambilan keputusan.

## 2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu digunakan sebagai upaya peneliti dalam mencari perbandingan serta untuk menemukan inspirasi baru bagi penelitian yang akan dilakukan. Dengan mempelajari penelitian terdahulu, peneliti dapat memperkaya teori yang digunakan untuk mengkaji penelitian yang akan dilakukan. Berikut ini adalah beberapa penelitian terdahulu yang digunakan oleh penelitian sebagai dasar dalam melakukan penelitian.

**Tabel 2.2**  
**Penelitian Terdahulu**

No.	Nama Peneliti, Tahun Peneliti, dan Judul Peneliti	Hasil Peneliti	Persamaan	Perbedaan
1.	Model Rantai Pasok pada PT Abhimata Citra Abadi Retail Elektronik	Penelitian ini peneliti metode yang digunakan adalah metode deskriptif	Menggunakan Rantai pasok	Menggunakan metode rantai paso

No.	Nama Peneliti, Tahun Peneliti, dan Judul Peneliti	Hasil Peneliti	Persamaan	Perbedaan
	<p>Dinda tiara sani, Muhammad Ainul Fahmi, Jurnal Administrasi bisnis Vol. 13. No 2, 2023</p> <p>doi: 10.350587/Matrik v22i1.1177</p>	<p>kuantitatif untuk mengumpulkan data. Rantai pasokan adalah suatu sistem yang mengatur penyampaian barang dan layanan kepada konsumen. dengan tujuan untuk mengorganisir pengadaan atau distribusi barang. Peneliti juga menggunakan metode rantai pasok pada PT Abhimata citra yang diketahui supplier, distributor, konsumen, atau <i>supplier, manufacture, distributor, retail, konsumen</i>. Dari model tersebut mempunyai faktor tersendiri</p>		
2.	<p>Pengukuran Kinerja <i>Supply chain management</i> Elektronik lemari es metode SCOR, AHP, dan OMAX di PT X</p>	<p>Hasil penelitian yang telah dianalisis dengan Traffic Light System menunjukkan bahwa terdapat 9 KPI dari 22 KPI valid yang</p>	<p>Menggunakan <i>supply chain management</i>, SCOR</p>	<p>Menggunakan metode AHP, dan OMAX.</p>

No.	Nama Peneliti, Tahun Peneliti, dan Judul Peneliti	Hasil Peneliti	Persamaan	Perbedaan
	<p>Inggitana Widya Kumala, dan Dadang Surjasa</p> <p>Jurnal Teknik Industri Vol. 8 No. 1 (2021)  <a href="https://doi.org/10.25105/jti.v8i1.4719">https://doi.org/10.25105/jti.v8i1.4719</a></p>	<p>tidak pernah masuk kategori hijau. Hasil indeks total keseluruhan kinerja rantai pasok menunjukkan bahwa performansi terendah berada pada bulan Desember 2017 dengan indeks total sebesar 3,5934 dan tertinggi berada pada bulan Maret 2018 dengan indeks total sebesar 7,002. Terdapat 10 KPI</p>		
3.	<p>Pemilihan strategi di <i>supply chain management</i> dalam konteks retail elektronik harga grosir dan bagi hasil.</p> <p>Alzaoubi &amp; Yanamandra Vol 13, No 2 2020</p>	<p>Penelitian ini peneliti menggunakan permainan dinamis untuk menganalisis interaksi antara produsen dan pengecer dalam sebuah rantai pasokan. Dalam model ini produsen menentukan harga grosir dan jumlah produksi, sedangkan pengecer</p>	<p>Menggunakan <i>supply chain management</i></p>	<p>Menggunakan strategi bagi hasil</p>

No.	Nama Peneliti, Tahun Peneliti, dan Judul Peneliti	Hasil Peneliti	Persamaan	Perbedaan
		menentukan jumlah pesanan dan harga jual. Tujuan akhir dari keduanya adalah untuk memaksimalkan keuntungan.		
4.	Sistem Distribusi barang elektronik dengan metode distribusi langsung pada Toko Mulia  Aldy, Sudirman, Hastianti Vol 2, no 2 2022 DOI: 11.897/ds43.2422	Penelitian ini peneliti membantu serta meningkatkan proses distribusi pada toko mulia, dalam mengelola data distribusi dan data stock barang yang menghasilkan laporan yang berupa informasi secara teliti. Perancangan sistem, implementasi, dan pengajuan sistem. Menggunakan ERD ( <i>Entity Relationship Diagram</i> )	Menggunakan Distribusi barang elektronik retail.	Menggunakan ERD ( <i>Entity Relationship Diagram</i> )
5.	Analisis manajemen Rantai Pasok pada ponsel Samsung Di Samsung Centre ITC Manado.	Penelitian ini peneliti, bertujuan untuk mengetahui manajemen rantai pasokan dan untuk mengetahui keadannya	Menggunakan manajemen rantai pasok, efisiensi distributor pada retail.	Menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif

No.	Nama Peneliti, Tahun Peneliti, dan Judul Peneliti	Hasil Peneliti	Persamaan	Perbedaan
	<p>Kristina Paoki, Paulus Kindangen, Arrazi Hasan zan. Vol 16, No 4 Tahun 2019</p> <p>DOI: 10.29244/jm14i3.47168</p>	<p>digudang perusahaan guna meningkatkan efisiensi distribusi ponsel Samsung di Samsung centre ITC Manado. Dengan metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif hasil penelitian ini menunjukkan Adanya manajemen rantai pasokan dalam perusahaan sangat memungkinkan tercapainya peningkatan efisiensi dalam proses distribusi ponsel Samsung. Dari pusat ke pengecer dan berakhir ke konsumen.</p>		
6.	<p>Analisis Rantai nilai industri Ritel Elektronik (Studi Kasus:PT. Elektronik City Indonesia Tbk.)</p>	<p>Penelitian ini peneliti, di PT. Electronic City Indonesia Tbk. Hasil penelitan menghasilkan informasi daftar perusahaan</p>	<p>Menggunakan nilai rantai pasok dan nilai industri</p>	<p>Menggunakan metode deskriptif kualitatif, dan menggunakan studi kasus.</p>

No.	Nama Peneliti, Tahun Peneliti, dan Judul Peneliti	Hasil Peneliti	Persamaan	Perbedaan
	<p>Muhammad Dandi Ramadhan, Iqbal valiri zulfikar, Popy rufaidah. Vol 14. No 3 Sep 2023</p> <p>DOI: 10.29244/jmo.v14i3.47168</p>	<p>yang bergerak di industri ritel elektronik Indonesia, daftar perusahaan sebagai pemasok produk industri ritel Indonesia yang mana mereka adalah bagian dari industri produsen dan perakitan produk. Rantai nilai industri perdagangan elektronik yang dilakukan PT. Elektronik City Indonesia Tbk. Cukup sederhana, karena hanya memiliki keterkaitan dengan produsen atau pemasok dan konsumen akhir.</p>		
7	<p><i>Supply chain management</i> berbasis layanan desain dan implementasi prototipe sistem (retail)</p>	<p>Penelitian ini peneliti adalah mempunyai sebuah konsep pengaturan aliran proses perdagangan yang menghubungkan</p>	<p>Menggunakan <i>Supply chain management</i></p>	<p>Menggunakan metode <i>prototyping</i></p>

No.	Nama Peneliti, Tahun Peneliti, dan Judul Peneliti	Hasil Peneliti	Persamaan	Perbedaan
	M. Hilman, F, Setiadi, L Sarika, J. Budiasto dan R. Alfian vol 8. No 5 Tahun 2019	n antara produsen, supplier, dan konsumen secara langsung. Dengan berevolusinya konsep perangkat lunak dan sistem informasi menuju era berbasis layanan, pengembangan scm berbasis layanan menjadi sangat relevan. Studi kasus kebutuhan berbasis layanan pada pengelola pusat pembelian di mall Jakarta.		

No.	Nama Peneliti, Tahun Peneliti, dan Judul Peneliti	Hasil Peneliti	Persamaan	Perbedaan
8	<p>Penerapan <i>Supply chain management</i> pada industri elektronik</p> <p>Enty Nur hayati, Mumpuni Wijiasih Fitriyah Vol. IX No 2 September 2024, Hal 25 - 27 DOI 10.30656/jsii.v11i2.9194</p>	<p>Penelitian ini peneliti, diperlukan kegiatan transformasi sehingga menjadi produk dalam proses, kemudian menjadi produk jadi dan diteruskan dengan pengiriman kepada konsumen melalui sistim distribusi. E-SCM merupakan suatu konsep manajemen, perusahaan memanfaatkan teknologi internet dan jaringan yang ada untuk mengintegrasikan seluruh mitra kerja perusahaan (yang berkaitan dengan proses pasokan material, proses produksi dan pengiriman barang)</p>	<p>Menggunakan <i>supply chain management</i></p>	<p>Menggunakan ERP (<i>enterprise resources planning</i>)</p>
9	<p>Perancangan dan Pengukuran Kinerja <i>Supply</i></p>	<p>Penelitian ini peneliti tujuan penelitian ini</p>	<p>Menggunakan <i>Supply chain management</i></p>	<p>Menggunakan <i>snorm de boer</i> untuk</p>

No.	Nama Peneliti, Tahun Peneliti, dan Judul Peneliti	Hasil Peneliti	Persamaan	Perbedaan
	<p><i>Chain</i> dengan Menggunakan Metode SCOR</p> <p>Erixson Rumahorbo, Wahyuda, Anggriani Profita. Vol 12, No 1 Tahun 2021 DOI 1056.7/jj.siI109.9</p>	<p>adalah kinerja yang harus di optimalkan sekaligus menaikkan pendapatan elektronik dengan perancangan metode SCOR agar hasil elektronik tersebut maksimal</p>	<p>dan Metode SCOR</p>	<p>menidentifikasi kinerja yang baik</p>
10	<p>Analisis perbandingan merek <i>smarthphone</i> apple dan Samsung pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Swasta Jakarta</p> <p>Susbiyantoro, Caroline, Johny Animan, Aat Ruchiat Nugraha Vol 3 No 2 Tahun 2020</p>	<p>Penelitian ini peneliti menunjukan untuk mengidentifikasi perbedaan asosiasi merek antara dua pimpinan pasar, yaitu Apple Iphone dan Samsung, di kalangan mahasiswa. Data dikumpulkan melalui survei yang melibatkan 100 responden yang pernah atau sedang menggunakan produk dari salah satu merek tersebut.</p>	<p>Menggunakan perbandingan <i>smarthphone</i> Apple dan Samsung</p>	<p>Menggunakan Uji berpasangan dengan metode statistik</p>

No.	Nama Peneliti, Tahun Peneliti, dan Judul Peneliti	Hasil Peneliti	Persamaan	Perbedaan
11	<p><i>Investigation and analysis of omnichannel logistic models : a study in the electronic retail industry in Indonesia</i></p> <p>Eliot Simangungson, Ivan Evander Subagyo Vol 2 No 2, Tahun 2021.</p>	<p>Penelitian ini peneliti adalah untuk membuat tren transformasi ritel dari pedagang online ke ritel logistik multi atau omnichannel dan identifikasi strategi bisnis yang sesuai. Peneliti ini memakai metode kuantitatif yang dilakukan berbentuk survey yang mengumpulkan 114 data dari pengecer elektronik. Dan hasil analisis menunjukkan bahwa Sebagian besar transaksi ritel adalah transaksi offline dimana pembeli harus pergi ke toko ritel untuk mengklaim produknya, agar ada bukti empiris bahawa dari sisi kinerja keuangan pengecer yang menggunakan</p>	<p>Menggunakan analisis ritel elektronik</p>	<p>Menggunakan B2C, Multichannel.</p>

No.	Nama Peneliti, Tahun Peneliti, dan Judul Peneliti	Hasil Peneliti	Persamaan	Perbedaan
		logistic multichannel.		
12	<p data-bbox="379 533 587 748"><i>Electronic supply chain management Application Analysis in retail industry</i></p> <p data-bbox="379 824 587 967">Aang Angga, Anton Mulyono Azis. Vol 2, No 2 2020</p>	<p data-bbox="619 533 826 1218">Penelitian ini peneliti, fokus untuk mengetahui tingkat efektivitas implementasi e-SCM, mengidentifikasi faktor faktor penghambat keberhasilan implementasi dan menemukan hasil optimalisasi yang dilakukan pada aplikasi e-SCM.</p> <p data-bbox="619 1227 826 1666">Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan memanfaatkan 3 alat yaitu: diagram alir, diagram tulang ikan, dan tabel transisi.</p> <p data-bbox="619 1675 826 1957">Analisis data dilakukan wawancara dengan manajer toko, supervisor dan administrator penjualan.</p>	Menggunakan <i>supply chain management</i>	Menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan aliran diagram dan tulang ikan.

No.	Nama Peneliti, Tahun Peneliti, dan Judul Peneliti	Hasil Peneliti	Persamaan	Perbedaan
13	<p><i>The role supply chain management finance in improving the competitive advantage of online retailing enterprises</i></p> <p>Xiang feng, chuan ju, shuting li. Volume 33, no 9 januari 2019.</p>	<p>Penelitian ini peneliti, menunjukkan bahwa bagaimana pengecer online meningkatkan keunggulan kompetitifnya dengan menggunakan pembiayaan rantai pasok. Studi ini menunjukkan bahwa faktor yang memungkinkan terutama teknologi financial dan tawar menawar dalam proses pengambilan keputusan dengan keputusan memengaruhi proses produksi untuk keunggulan kompetitifnya sendiri</p>	<p>Menggunakan <i>supply chain management</i></p>	<p>Menggunakan Studi kasus dan menganalisis pengeer tiongkok</p>
14	<p><i>Optimization techniques in supply chain management planning for consumer electronic</i></p>	<p>Penelitian ini peneliti, bahwa manajemen rantai pasokan sangat efektif untuk propabilitas perusahaan dan mendominasi</p>	<p>Menggunakan <i>Supply chain management</i></p>	<p>Menggunakan peramalan stastistik, penjadwalan, Teknik meningkatkan akurasi inventaris.</p>

No.	Nama Peneliti, Tahun Peneliti, dan Judul Peneliti	Hasil Peneliti	Persamaan	Perbedaan
	Shashwat agrawal, Viharika Bhimanapati, om goel. Vol 13 No 2 tahun 2022	pasar dalam industri ini. Ada beberapa cara untuk mengoptimalkan inventaris seperti, sistem peramalan inventaris, memiliki prediksi peramalan permintaan yang akurat guna untuk mengatasi masalah kehabisan stok dan kelebihan inventaris yang terakhir mengakibatkan hilangnya penjualan dan biaya penyimpanan yang tinggi.		
15	<i>Digital transformation of supply chain management in retail and e-commerce</i>  Shuang lei Gong Vol 53 No 10 Tahun 2023	Penelitian ini peneiti, mengubah strategi rantai pasok setelah adanya kompetitif untuk membuatnya lebih berkelanjutan di era kompetitif dengan pemasok, pelanggan, dan berinvestasi	Menggunakan <i>Supply chain management</i>	Menggunakan deksriptif eksplanatori.

No.	Nama Peneliti, Tahun Peneliti, dan Judul Peneliti	Hasil Peneliti	Persamaan	Perbedaan
		lebih banyak dalam teknologi scm. Dengan hal ini dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan efisiensi		

### 2.3 Kerangka Pemikiran

Distribusi merupakan salah satu bagian penting dalam rantai pasok (*supply chain*) yang berperan dalam menjamin ketersediaan produk di tangan konsumen akhir. Efisiensi dalam distribusi tidak hanya berdampak pada biaya operasional perusahaan, tetapi juga pada kepuasan konsumen terhadap ketersediaan dan ketepatan waktu produk. Ponsel iphone sebagai produk teknologi global memiliki rantai pasok yang kompleks dan tersebar di berbagai negara mulai proses produksi hingga distribusi akhir ke konsumen.

Apple sebagai produsen iphone menggunakan *supply chain management* yang ketat dan struktur guna memastikan efisiensi dalam proses distribusi produk mereka ke belahan dunia. Namun demikian, dalam praktiknya distribusi iphone sering kali menghadapi tantangan seperti keterlambatan pengiriman, ketidaksesuaian stock, hingga tingginya biaya logistik, terutama di negara negara manufaktur logistik yang belum maksimal.

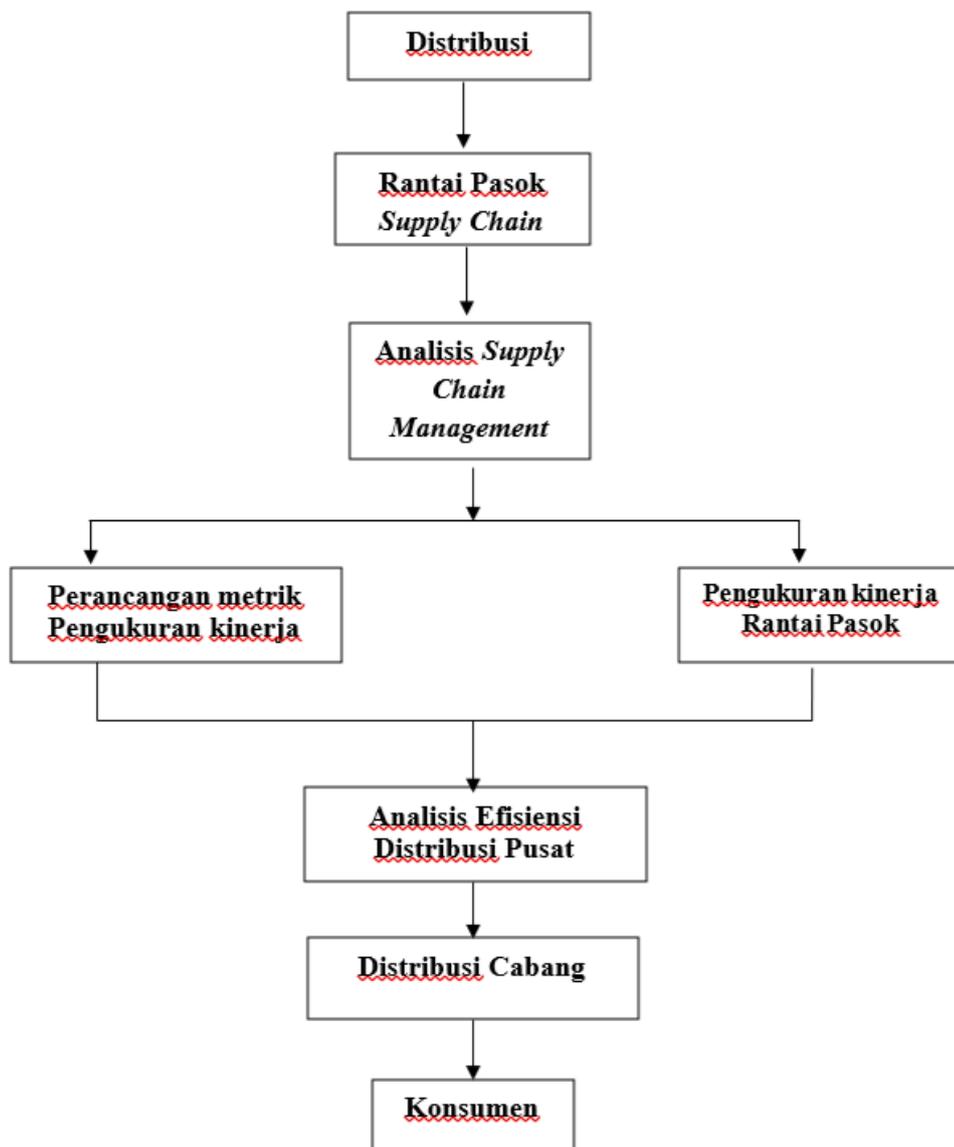
Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Analisis manajemen Rantai Pasok pada ponsel Samsung Di Samsung Centre ITC Manado. Kristina Paoki, Paulus

Kindangen, Arrazi Hasan zan. Vol 16, No 4 Tahun 2019. Hasil penelitian menjelaskan bahwa Penelitian ini peneliti, bertujuan untuk mengetahui manajemen rantai pasokan dan untuk mengetahui ke adakan digudang perusahaan guna meningkatkan efisiensi distribusi ponsel Samsung di Samsung centre ITC Manado. Dengan metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif hasil penelitian ini menunjukkan Adanya manajemen rantai pasokan dalam perusahaan sangat memungkinkan tercapainya peningkatan efisiensi dalam proses distribusi ponsel Samsung. Dari pusat ke pengecer dan berakhir ke konsumen.

Kemudian, penelitian yang dilakukan oleh Pengukuran Kinerja *Supply chain management* Elektronik lemari es metode SCOR, AHP, dan OMAX di PT X Inggitana Widya Kumala, dan Dadang Surjasa Jurnal Teknik Industri Vol. 8 No. 1 dalam hasil penelitiannya menyatakan, dengan *supply chain management* dapat mempengaruhi pada bagian *upstream supply chain management* oleh karena itu perusahaan memerlukan pada model SCOR untuk perbaikan masalah untuk mengkomposisi proses, bisnis lengkap berupa siklus yang dimulai dari bahan baku dari pemasok menuju ke pabrik hingga kegiatan distribusi sampai ke tangan konsumen. Pengukuran kinerja SCM sangat penting untuk mengurangi biaya-biaya, memenuhi kepuasan pelanggan dan meningkatkan keuntungan perusahaan serta untuk mengetahui sejauh mana performansi supply chain perusahaan

Berdasarkan penelitian diatas, dapat disimpulkan bahwa analisis efisiensi distribusi menggunakan metode *supply chain management* dapat membantu meningkatkan efektivitas aliran barang, mengurangi biaya distribusi serta mempercepat waktu pengiriman produk ke konsumen akhir. Secara sistematis

kerangka pemikiran dari permasalahan dalam penelitian yang dilakukan di Kamar Gadget (PT. Wilujeng Berkah Abadi) dapat ditunjukkan seperti pada gambar di bawah :



**Gambar 2.4**  
**Alur Kerangka Pemikiran Operasional**  
Sumber: Data diolah oleh peneliti 2025