

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Adapun penelitian yang sudah dilakukan beberapa peneliti terdahulu sebagai bahan referensi pembuatan penelitian ini, sebagai berikut:

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti/ Judul/ Tahun	Fokus Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Fahmy Radhi & Endang Hariningsih/ Analisis Penerapan <i>Supply Chain Management</i> Studi Kasus Pada Perusahaan Retailer/ 2015	Difokuskan pada Pembagian dan cara kerja mata rantai <i>supply chain</i> di Matahari department store dan supermarket, dan kinerja SCM di Matahari department store dan supermarket.	Kualitatif Deskriptif	Berdasarkan hasil analisa dapat disimpulkan bahwa Matahari department store dan supermarket telah melaksanakan integrasi sistem <i>supply chain</i> . Hal ini dengan telah dimiliki dan dilaksanakannya SOP sebagai dasar kerja sama antara mata rantai vendor, <i>distribution centre</i> , <i>head office</i> , toko, konsumen. Berdasarkan hasil penilaian kinerja SCM dengan Metode SCOR Level 1 aspek <i>customer facing</i> , dapat disimpulkan bahwa kinerja SCM cukup baik dilihat dari tingkat prosentase kinerja minimal 97,53%.
2.	Harianti Agustin/ Evaluasi Penerapan <i>Supply Chain</i> Pada CV. X/ 2015	Difokuskan untuk menilai <i>supply chain</i> yang diterapkan oleh CV. X	Kualitatif Deskriptif	Hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa kondisi rantai pasokan dari CV. X cukup baik yakni berasal dari Toko yang berada di Karah Lapangan No. 2 dan pabrik yang terdapat di Margomulyo Surabaya. Barang kemudian dikirim kepada konsumen termasuk didalamnya CV. Y yang merupakan rekanan dari Perguruan Tinggi di Surabaya. Dalam penyaluran barangnya terdapat selisih antara Rp. 100.000 hingga Rp. 250.000 dari CV. X hingga ke konsumen akhir.

Dilanjutkan

Lanjutan

3.	Vistasusiyanti, Paulus Kindangen, & Indrie Debbie Palandeng/ Analisis Manajemen Rantai Pasokan Spring Bed Pada PT. Massindo Sinar Pratama Kota Manado/ 2017	Difokuskan pada proses manajemen rantai pasokan yang ada di PT. Massindo	Kualitatif Deskriptif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kondisi penerapan proses manajemen rantai pasokan PT. Massindo Sinar Pratama Kota Manado sudah baik. Hal ini terdapat dalam proses pemesanan bahan baku sampai proses produksi yang terjadi dari para <i>supplier</i> , perusahaan hingga ke tangan konsumen sudah baik perusahaan lebih meningkatkan kualitas produksi dengan menjaga <i>Alur Supply Chain Management</i> dalam kegiatan produksi dari para <i>supplier</i> , perusahaan, <i>retailer</i> hingga ke tangan konsumen.
4.	Chintya Stefanny Anis, Agnes E. Loho, & Grace A. J. Rumagit/ Analisis pengelolaan rantai pasokan tepung kelapa pada PT. XYZ di Sulawesi Utara/ 2017	Penelitian ini berfokus pada pengelolaan aliran material serta aliran informasi dari rantai pasokan tepung kelapa pada PT. XYZ.	Kualitatif Deskriptif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemilihan <i>supplier</i> pada PT. XYZ sudah cukup baik, karena setiap <i>supplier</i> yang akan memasok bahan baku harus melalui tahap wawancara, membuat kesepakatan dengan pihak perusahaan dan menyetujui persyaratan yang diajukan oleh perusahaan. PT. XYZ juga menjaga relasi yang baik dengan para <i>suppliernya</i> dengan mengadakan kunjungan setiap tahunnya, serta aliran material dan aliran informasi yang dikelola oleh PT. XYZ cukup baik.
5.	Dua Weraikat, Masoumeh Kazemi Zanjani, dan Nadia Lehoux/ <i>Improving sustainability in a two-level pharmaceutical supply chain through Vendor-Managed Inventory system/</i> 2019	Difokuskan pada penerapan <i>supply chain management</i> dalam menilai sistem persediaan dengan menggunakan model VMI (Vendor-Managed Inventory)	<i>Qualitative</i>	Hasil percobaan pada studi kasus nyata dibawah permintaan deterministik menunjukkan efisiensi model VMI dalam mengeliminasi jumlah obat kadaluarsa tanpa mengurangi kepuasan pelanggan. Hasilnya juga menunjukkan bahwa level <i>safety stock</i> (SS) dan kapasitas yang diberikan kepada pelanggan adalah faktor penting dalam keseluruhan biaya rantai pasokan farmasi (PSC). Dengan mengadopsi strategi ini dapat meminimalkan pemborosan obat dan pada akhirnya meningkatkan reputasi produsen di pasar dalam hal menerapkan lean dan praktek berkelanjutan.

Dari penelitian terdahulu diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa penelitian ini memiliki persamaan dalam menganalisis penerapan *Supply Chain Management* untuk menilai kinerja dari *Supply Chain Management* itu sendiri dalam mengelola persediaan, sedangkan yang membedakan peneliti terdahulu dengan yang peneliti lakukan yaitu terletak pada pemilihan objek penelitian, yang dalam penelitian ini peneliti melakukan penelitian pada toko ritel.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Sistem Manajemen Rantai Pasok (*Supply Chain Management System*)

2.2.1.1 Pengertian Rantai Pasok (*Supply Chain*)

Supply chain yaitu sebuah sistem organisasi yang didalamnya terdapat peran serta melakukan berbagai macam kegiatan, yang meliputi informasi, dana, dan sumber daya lainnya yang saling terkait dalam pergerakan suatu produk atau jasa dari pemasok ke konsumen atau pelanggan (Putradi, 2017). Menurut (Radhi & Hariningsih, 2019) rantai pasokan merupakan jaringan fisiknya, yaitu semua perusahaan yang berperan dalam memasok bahan baku, memproduksi barang, hingga mengirimkannya ke konsumen/pengguna akhir.

Berdasarkan pendapat diatas, dapat disimpulkan bahwa Rantai Pasok (*Supply Chain*) adalah suatu sistem jaringan kerja yang didalamnya terdapat berbagai kegiatan mulai dari memasok bahan baku sampai mengirimnya ke pelanggan atau konsumen akhir.

2.2.1.2 Pengertian Manajemen Rantai Pasokan (*Supply Chain Management*)

Menurut Simchi-Levi dkk dalam (Radhi & Hariningsih, 2019), *Supply chain Management* ialah rangkaian pendekatan yang digunakan untuk mengintegrasikan pemasok, produsen, gudang dan juga toko secara efektif agar persediaan barang bisa diproduksi serta didistribusikan dengan jumlah yang tepat, ke lokasi yang tepat, serta di waktu yang tepat sehingga biaya keseluruhan sistem bisa diminimalisir dengan tujuan untuk memuaskan kebutuhan dan layanan. Sedangkan menurut Ballou dalam (Riadi, 2017) *Supply Chain Management* yaitu jaringan dari organisasi-organisasi yang saling berhubungan serta saling membutuhkan satu sama lain dan juga mereka bekerjasama untuk mengatur, mengawasi, serta meningkatkan arus komoditi dan informasi semenjak dari titik pemasok hingga ke pengguna akhir. Lalu menurut (Anindita, 2019) *Supply Chain Management* merupakan rangkaian kegiatan yang dibutuhkan untuk merencanakan, mengendalikan, dan menjalankan arus produk dengan cara seefisien mungkin dan hemat biaya.

Berdasarkan pendapat diatas, dapat disimpulkan bahwa Manajemen Rantai Pasokan (SCM) adalah sebuah cara yang digunakan untuk mengelola, mengawasi, serta mengendalikan rantai suplai mulai dari pengadaan, persediaan hingga pengiriman produk, dengan memperhatikan ketepatan waktu, ketepatan lokasi, biaya yang seminimal mungkin, serta jumlah produk yang akan dihasilkan.

2.2.1.3 Tujuan, Manfaat, Dan Fungsi Manajemen Rantai Pasok (SCM)

A. Tujuan utama dari Manajemen Rantai Pasok (SCM), (Paoki, et al., 2016) :

- a. Pengiriman atau penyerahan produk secara tepat waktu untuk memuaskan konsumen
- b. Mengurangi biaya
- c. Mengurangi waktu
- d. Menepatkan kegiatan perencanaan dan juga distribusi.

B. Manfaat Manajemen Rantai Pasok (SCM), (Galinesia, 2017):

a) *Tangible Benefit* (berwujud)

Manfaat yang *tangible* (berwujud) seperti pengurangan persediaan, perbaikan produktifitas, pengurangan biaya IT, perbaikan manajemen pemasaran, serta peningkatan pendapatan.

b) *Intangibel Benefit* (tidak berwujud)

Manfaat yang *intangible* (tidak berwujud) seperti proses perbaikan terus menerus, standarisasi, tanggapan konsumen yang cepat, fleksibel, serta kinerja bisnis.

C. Fungsi Manajemen Rantai Pasok (SCM), (Galinesia, 2017):

1) SCM secara fisik

SCM secara fisik, membeli barang dagang dan menjualnya ke konsumen akhir atau pelanggan. Fungsi pertama ini

berkaitan dengan biaya - biaya fisik, yakni biaya barang dagang, biaya penyimpanan, maupun biaya transportasi.

2) SCM sebagai mediasi pasar

SCM sebagai mediasi pasar, yaitu memastikan bahwa apa yang disuplai oleh para rantai pasok mencerminkan aspirasi pelanggan atau konsumen akhir tersebut. Fungsi kedua ini berkaitan dengan biaya - biaya survey pasar, perencanaan produk, dan biaya - biaya yang timbul akibat tidak terpenuhinya aspirasi konsumen oleh produk yang disediakan oleh sebuah *supply chain*.

2.2.1.4 Komponen *Supply Chain Management*

Menurut (Pendidikan, 2019) Terdapat lima komponen utama dalam SCM yang harus diperhatikan yaitu:

1. *Production*

Bertujuan untuk menghasilkan keinginan pasar, pada waktu yang tepat dengan volume produksi yang cukup.

2. *Inventory*

Tingkat persediaan bertindak sebagai penyangga dan juga mengamankan bisnis dari ketidakpastian permintaan.

3. *Location*

Pengambilan keputusan dalam memilih lokasi yang optimal dalam berbagai fasilitas, gudang dan penyimpanan.

4. Transportasi

Kebutuhan untuk memindahkan persediaan dari satu tempat ke tempat yang lain di seluruh *supply chain*.

5. Informasi

Menekankan pada pengambilan keputusan tentang kebutuhan level dalam pengumpulan data serta pembagian data.

2.2.1.5 Strategi SCM (*Supply Chain Management*)

Strategi tercakup dalam aspek yang berbeda untuk memberikan kontribusi pada keseluruhan hasil. Berikut merupakan strategi yang umumnya digunakan dalam membangun rantai pasokan (Riadi, 2017):

1) Membangun hubungan dengan pemasok

Untuk membangun kemitraan strategis dengan pemasok ialah hal yang penting untuk sebuah kesuksesan rantai pasokan. Perusahaan memberikan batas jumlah pemasok mereka dengan menerapkan program evaluasi penjual atau vendor. Program-program ini berusaha untuk menemukan pemasok yang memiliki keunggulan operasional, sehingga pelanggan dapat menentukan pemasok yang bisa melayaninya dengan baik. Memiliki hubungan yang lebih dekat dengan para pemasok sangatlah penting karena pemasok akan lebih mudah untuk bekerja sama.

2) Meningkatkan respon pelanggan

Untuk tetap kompetitif, perusahaan fokus pada upaya peningkatan rantai pasokan untuk meningkatkan layanan pelanggan dengan memiliki produk yang unggul. Tuntutan meningkatkan tingkat layanan pelanggan menjadi arah kemitraan antara pelanggan dengan penjual. Memiliki hubungan yang sukses dengan pemasok ialah hasil dari kepercayaan dan juga kemampuan untuk mendorong pelanggan, kedekatan dengan pelanggan serta fokus dari pelanggan.

3) Membangun keunggulan kompetitif untuk saluran berorientasi produk

Usaha mencapai dan juga mempertahankan keunggulan kompetitif dalam suatu industri tidaklah mudah bagi perusahaan. Banyak tekanan kompetitif yang memaksa perusahaan untuk tetap efisien. Hal ini juga berfungsi untuk meningkatkan pengaruh pada saluran sebab perusahaan-perusahaan ini diakui sebagai terdepan serta diperlakukan dengan hormat.

4) Memperkenalkan solusi SCM dan memungkinkan teknologi informasi

Informasi sangatlah penting untuk mengoperasikan rantai pasokan secara efektif. Kemampuan komunikasi suatu

perusahaan ditingkatkan dengan sistem teknologi informasi. Namun, kompatibilitas sistem informasi antara mitra dagang dapat membatasi kemampuan untuk bertukar informasi. Sangat dibutuhkan sistem teknologi informasi yang ditingkatkan di mana mitra dalam saluran memiliki akses ke database umum yang diperbarui secara nyata.

Selain strategi yang digunakan untuk membangun rantai pasokan yang lebih baik dan juga tersistem, ada juga strategi yang dapat dipilih perusahaan dalam melakukan pembelian kepada supplier/pemasok.

Terdapat lima strategi yang bisa dipilih perusahaan untuk melakukan pembelian kepada *supplier*, diantaranya yaitu (Fauzi, 2013):

1. Banyak Pemasok (*Many Supplier*)

Strategi ini memainkan antara pemasok yang satu dengan pemasok yang lainnya serta membebaskan pemasok untuk memenuhi permintaan pembeli. Para pemasok saling bersaing untuk mendapatkan pelanggan. Walaupun banyak pendekatan negosiasi yang dipakai dalam strategi ini, tetapi hubungan jangka panjang bukanlah menjadi tujuan. Dalam pendekatan ini, tanggung jawab dibebankan pada pemasok untuk mempertahankan teknologi, keahlian, kemampuan ramalan, harga, kualitas serta pengiriman.

2. Sedikit Pemasok (*Few Supplier*)

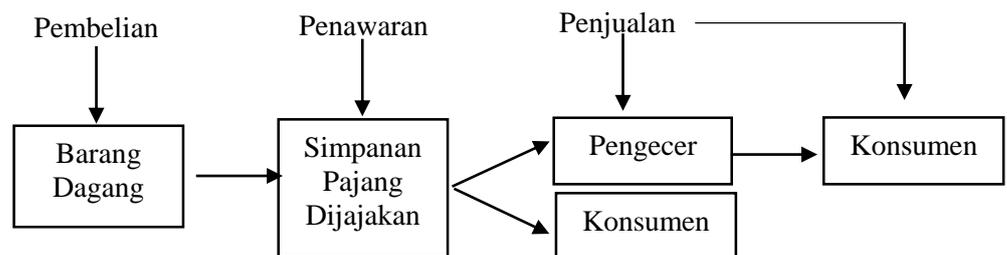
Dalam strategi ini, perusahaan mengadakan hubungan jangka panjang dengan para pemasok yang komit. Karena dengan cara ini, pemasok cenderung lebih memahami sasaran-sasaran luas dari perusahaan serta konsumen akhir. Penggunaan hanya beberapa pemasok dapat menciptakan nilai dengan memungkinkan pemasok mempunyai skala ekonomis yang menghasilkan biaya transaksi serta biaya produksi yang lebih rendah. Kinerja pemasok yang tidak baik/buruk ialah salah satu resiko yang dihadapi pembeli sehingga pembeli harus memperhatikan rahasia-rahasia dagang pemasok yang berbisnis di luar bisnis bersama.

3. Perusahaan Maya (*Virtual Company*)

Perusahaan Maya mengandalkan berbagai hubungan pemasok untuk memberikan pelayanan pada saat diperlukan. Perusahaan maya memiliki batasan organisasi yang tidak tetap dan juga bergerak sehingga memungkinkan terciptanya perusahaan yang unik agar mampu memenuhi permintaan pasar yang seringkali cenderung berubah. Hubungan bisa bersifat jangka pendek ataupun jangka panjang, mitra sejati atau kolaborasi, serta pemasok ataupun subkontraktor. Apapun bentuk hubungannya diharapkan bisa menghasilkan kinerja kelas dunia yang ramping. Keuntungan yang dapat diperoleh

diantaranya yaitu keahlian manajemen yang terspesialisasi, investasi modal yang rendah, fleksibilitas serta kecepatan. Hasil yang diharapkan ialah efisiensi.

2.2.1.6 Proses *Supply Chain Management* Dalam Usaha Ritel



Gambar 2.1 Proses *Supply Chain Management* Dalam Usaha Ritel

Dalam jenis usaha dagang atau ritel, kegiatan proses distribusi barang dagang hingga penjualan sebagaimana yang sudah digambarkan diatas terdiri atas kegiatan sebagai berikut (Arlina, 2017):

- A. Pelaksanaan pembelian barang dagangan
- B. Barang dagangan disimpan, dipajang, dijajakan atau ditawarkan langsung
- C. Penjualan barang dagangan langsung pada konsumen ataupun melalui perantara

2.2.1.7 Masalah Dalam Mengelola *Supply Chain Management*

Menurut (Pujawan, 2005) ada tantangan yang harus dihadapi dalam mengelola *supply chain*, yaitu:

1. Kompleksitas struktur *supply chain*

- a. Melibatkan banyak pihak dengan kepentingan yang berbeda-beda
- b. Perbedaan bahasa, zona waktu serta budaya antar perusahaan

2. Ketidakpastiaan

- a. Ketidakpastian permintaan
- b. Ketidakpastian pasokan: waktu pengiriman, harga sertakualitas barang.
- c. Ketidakpastian internal: ketidakpastian kualitas produk.

Untuk menghadapi masalah ketidakpastian pemesanan dalam rantai pasokan atau *bullwhip effect*, diperlukan sharing informasi di sepanjang rantai pasokan, optimalisasi tingkat persediaan, menciptakan tim rantai pasokan, pengukuran kinerja rantai pasokan, serta membangun koordinasi dan juga kolaborasi di antara mitra bisnis sehingga proses pengiriman produk dari pemasok ke perusahaan dan ke konsumen dapat berjalan lancar dan memungkinkan perusahaan untuk mencapai biaya persediaan yang rendah. Sedangkan menurut (Fitzsimmons & Mona, 2006), tantangan dalam *supply chain management* ialah saat menyeimbangkan kebutuhan pengiriman

pelanggan secara tepat dengan mendorong biaya produksi serta biaya persediaan. Pemodelan rantai *supply chain management* memungkinkan pihak manajer untuk mengevaluasi pilihan yang akan memberikan peningkatan terbesar dalam kepuasan pelanggan dengan biaya yang terjangkau.

2.2.1.8 Mengukur Performa *Supply Chain Management*

(Schroeder & Goldstein, 2018) berkata bahwa mengukur performa *supply chain* ialah langkah pertama menuju perbaikan. Sebuah tahapan awal yang perlu ditetapkan serta ditentukan untuk dapat mencapai tujuan perbaikan tersebut. (Schroeder & Goldstein, 2018) mengemukakan bahwa pada umumnya terdapat lima poin penting yang bisa diukur dalam performa *supply chain management*, yaitu:

1. Pengiriman

Menunjuk pada ketepatan waktu pengiriman: persentase pesanan dikirim secara lengkap serta tidak melewati tanggal yang diminta oleh pelanggan.

2. Kualitas

Ukuran langsung dari kualitas yaitu kepuasan pelanggan yang bisa diukur melalui beberapa cara. Cara pertama yaitu diukur terhadap apa yang pelanggan harapkan, yang kedua diukur berdasarkan rasa kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan terkait produk dan layanan, dan yang ketiga yaitu loyalitas pelanggan

yang dapat diukur dengan persentase konsumen yang tetap melakukan pembelian terus menerus setelah pembelian pertama.

3. Waktu

Waktu pengisian total bisa dihitung langsung dari tingkat persediaan. Apakah berdasarkan minimum persediaan untuk semua persediaan atau berdasarkan kontrak tertentu dengan *supplier*. Pengisian kembali persediaan ini dapat dilihat dari tiap item barang apa saja yang paling banyak dibeli oleh konsumen/pelanggan atau jenis barang yang sering habis.

4. Fleksibilitas

Fleksibilitas ialah waktu yang dibutuhkan untuk mengubah volume atau bauran produk dengan jumlah atau persentase tertentu. Yang cepat dalam menangani permintaan perubahan volume barang atau perubahan waktu pemesanan barang tersebut dengan pelayanan yang memuaskan karena persiapannya yang singkat.

Fleksibilitas dapat secara langsung ditingkatkan dengan menambah kapasitas, membeli peralatan yang lebih fleksibel, melatih pekerja untuk melakukan berbagai tugas yang lebih luas, atau mendesain ulang produk atau layanan untuk variasi yang tinggi.

5. Biaya

Cara untuk mengukur biaya yaitu perusahaan bisa mengukur total biaya termasuk biaya distribusi maupun biaya persediaan tercatat. Biaya distribusi yakni biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk memasarkan barang atau promosi, dan untuk biaya persediaan tercatat ialah terkait dengan pemeliharaan barang dalam persediaan, seperti biaya modal yang dikeluarkan untuk membeli barang persediaan, biaya penyimpanan, dan biaya kerugian akibat dari pencurian dan kerusakan yang terkait dengan menyimpan barang dalam persediaan.

2.2.2 Sistem Pembelian

2.2.2.1 Pengertian Pembelian

Pembelian merupakan suatu kegiatan transaksi yang dilakukan oleh perusahaan dalam memenuhi kebutuhan produk atau bahan baku produk yang didapat dari pemasok atau *supplier* (Setiyawan, 2016). Menurut (Hakim, 2015) pembelian yaitu suatu peristiwa atau tindakan yang dilakukan oleh dua belah pihak dengan tujuan menukarkan barang atau jasa dengan menggunakan alat transaksi yang sah dan sama-sama memiliki kesepakatan dalam transaksinya, dalam pembelian terkadang akan terjadi tawar-menawar antara pembeli dan juga penjual sampai mendapatkan kesepakatan harga yang kemudian akan melakukan transaksi penukaran barang atau jasa dengan alat tukar yang sah dan disepakati kedua belah pihak.

Berdasarkan pengertian diatas maka dapat disimpulkan bahwa pembelian adalah kegiatan transaksi yang dilakukan oleh dua belah pihak untuk memperoleh barang atau produk, yang didapat dari pemasok atau supplier dengan menggunakan alat transaksi yang sah dan adanya kesepakatan antara kedua belah pihak tersebut.

2.2.2.2 Klasifikasi Transaksi Pembelian

Adapun klasifikasi dari transaksi pembelian yang mendukung sistem informasi pembelian adalah sebagai berikut (Setiyawan, 2016):

- 1) Pembelian secara kontan, yaitu pembelian yang dilaksanakan secara *cash*, kebiasaan yang umum dimasa sekarang yaitu jangka waktu satu bulan pun dianggap kontan.
- 2) Pembelian secara kredit, yaitu pembelian yang mendapat fasilitas pembayaran lebih dari satu bulan.
- 3) Pembelian secara tender, yaitu pembelian yang dilaksanakan apabila menyangkut nilai cukup besar.
- 4) Pembelian secara komisi, yaitu pembelian barang yang bersifat titipan, atas barang-barang yang terjuallah yang kemudian dibayar.
- 5) Pembelian dipasar berjangka, yaitu pembelian atas barang-barang yang memiliki standar kualitas yang ditawarkan dipasar berjangka, selain kualitas telah terjamin juga dapat menutup kemungkinan kerugian karena adanya kenaikan harga.

- 6) Pembelian secara kontrak, yaitu suatu pembelian dengan menggunakan prosedur kontrak yang memuat hak-hak dan kewajiban masing-masing pihak. Biasanya pembelian secara kontrak dilaksanakan apabila terjadi penjualan secara kontrak pula.
- 7) Pembelian melalui perantara (komisioner, makelar), yaitu suatu jenis pembelian yang menggunakan jasa komisioner atau makelar sebagai perantara dalam pembelian dan untuk jasa yang mereka berikan, mereka menerima komisi atau provisi.
- 8) Pembelian secara remburs, lebih bersifat cara pembayaran, yaitu pembayaran dilakukan kepada pembawa atau yang mengangkut barang.

2.2.2.3 Kriteria dalam sistem pemilihan pemasok barang dagangan

Menurut (Messah, et al., 2016) Kriteria-kriteria dalam sistem pemilihan pemasok barang dagangan adalah sebagai berikut:

- a. Kriteria detail perusahaan
 1. Nama dan alamat perusahaan yang jelas
 2. Usia perusahaan
 3. Sertifikat badan usaha
- b. Kriteria biaya
 1. Harga barang
 2. Diskon (potongan harga untuk pembelian dalam jumlah tertentu)

3. Tenggang waktu pembayaran
 4. Cara pembayaran
- c. Kriteria kualitas
1. Ketepatan jenis barang yang dikirim
 2. Kekuatan barang
 3. Ketepatan ukuran
 4. Cara menjaga kualitas barang selama dalam gudang penyimpanan
 5. Kemampuan memberikan kualitas yang konsisten
- d. Kriteria fleksibilitas
1. Cepat dan tepat menangani permintaan perubahan volume barang
 2. Cepat dan tepat menangani perubahan waktu pemesanan barang
 3. Persiapan yang singkat
- e. Kriteria pengiriman
1. Ketepatan waktu pengiriman
 2. Ketepatan jumlah pengiriman
 3. Kemampuan penanganan sistem transportasi
- f. Kriteria layanan
1. Garansi
 2. Kemudahan untuk dihubungi
 3. Cepat tanggap dalam menanggapi permintaan pelanggan

4. Cepat tanggap dalam menyelesaikan keluhan pelanggan
 5. Kemampuan memberikan informasi secara jelas dan mudah dimengerti
- g. Reputasi perusahaan
1. Kinerja selama 5 tahun terakhir dan tahun ini
 2. Pengalaman berhubungan dengan tuntutan atau klaim
 3. Tidak masuk dalam daftar hitam.

2.2.3 Sistem Persediaan

2.2.3.1 Pengertian Persediaan

Menurut (Mulyadi, 2014) Persediaan merupakan barang yang dibeli dengan tujuan untuk dijual kembali dalam operasi normal perusahaan. Sedangkan menurut (Aisyah, 2018) Persediaan ialah unsur aktiva yang disimpan dengan tujuan untuk dijual dalam kegiatan bisnis yang normal atau barang-barang yaang akan dikonsumsi dalam pengolahan produk yang akan dijual. Persediaan merupakan aset tersedia untuk dijual dalam kegiatan usaha biasa, aset dalam proses produksi untuk penjualan tersebut atau aset dalam bentuk bahan atau perlengkapan untuk digunakan dalam proses produksi atau pemberian jasa (Tannusa, et al., 2018).

Berdasarkan pendapat diatas, maka dapat disimpulkan bahwa persediaan adalah aset perusahaan atau barang dagang yang yang dibeli lalu disimpan di gudang dengan tujuan akan dijual kembali

dalam operasi normal perusahaan untuk memenuhi permintaan konsumen.

2.2.3.2 Arti penting persediaan

Dalam perusahaan dagang, persediaan merupakan hal yang paling signifikan untuk kelangsungan sebuah usaha, sebab jika persediaan tidak ada maka proses perdagangan atau jual beli otomatis akan terhenti dan nantinya bisa merugikan perusahaan itu sendiri. Jika barang dagang tidak tersedia berupa jenis, kualitas, bentuk, maupun jumlah yang diinginkan pelanggan/konsumen, maka penjualan akan terjadi penurunan. Persediaan memerlukan perhatian yang besar dari controller untuk pengembangan teknik pengendalian dalam memelihara saldo persediaan yang cukup baik dengan biaya yang sekecil mungkin. Persediaan adalah harta yang sensitif akan kekunoan, kerusakan, penurunan harga pasar, pencurian, dan pemborosan (Willson & Campbell, 2002).

Persediaan barang dagang merupakan elemen aktiva yang sangat aktif dalam operasi perusahaan terutama perusahaan dagang dalam bentuk ritel, sebab pembelian dan penjualan barang dagang merupakan aktivitas yang paling sering terjadi dalam dunia perdagangan seperti industri ritel. Didalam laporan keuangan, persediaan ialah hal yang sangat penting untuk perusahaan dagang, karena didalam laporan laba rugi maupun dalam neraca persediaan merupakan bagian yang terbesar dari keseluruhan aktiva lancar yang

dimiliki oleh perusahaan. Tanpa mengetahui nilai persediaan, laporan laba rugi ataupun neraca tidak dapat disusun dan kesalahan dalam penilaian persediaan juga akan berimbas langsung pada hasil laporan laba rugi maupun neraca perusahaan (Darmansyah, 2015).

2.2.3.3 Tujuan dan Manfaat Persediaan

Tujuan Diadakannya Persediaan (Widianingsih, 2015)

- a. Menghilangkan adanya ketidakpastian
- b. Mempersiapkan apabila adanya permintaan mendadak dari konsumen
- c. Mengantisipasi adanya kenaikan harga pada masa yang akan datang
- d. Untuk mengantisipasi terjadinya kenaikan permintaan konsumen

Manfaat Adanya Persediaan (Widianingsih, 2015)

1. Menghilangkan risiko keterlambatan barang datang.
2. Menghilangkan risiko dari barang yang dipesan berkualitas atau tidak baik sehingga harus dikembalikan
3. Mempertahankan aktivitas penjualan perusahaan atau menjamin kelancaran arus penjualan
4. Menjaga supaya perusahaan tidak mengalami kehabisan persediaan barang dagang yang mengakibatkan terhentinya proses jual beli.

5. Memberikan pelayanan yang sebaik mungkin kepada konsumen dengan cara tersedianya barang yang diperlukan oleh konsumen sehingga keinginan dan kebutuhan konsumen pada suatu waktu dapat terpenuhi.

2.2.3.4 Teknik pengelolaan persediaan

Dalam sebuah perusahaan, persediaan merupakan hal penting yang harus diperhatikan oleh pengusaha. Kelebihan maupun kekurangan persediaan dapat menyebabkan kerugian dalam perusahaan, karena setiap persediaan memiliki jangka waktu penyimpanan tersendiri. Semakin lama disimpan dalam gudang, persediaan akan lebih mudah rusak, begitupun sebaliknya jika persediaan pada gudang telah habis, perusahaan tidak bisa menjualnya kepada pelanggan yang dapat mengakibatkan hilangnya pelanggan. Oleh karena itu, manajemen persediaan sangat dibutuhkan untuk mengelola bisnis pada perusahaan. Dengan adanya manajemen persediaan yang tepat, perusahaan dapat meminimalisasi kerugian dalam bisnisnya.

Berikut lima cara mengelola persediaan dengan tepat (Utami, 2017):

1. Lakukan Perencanaan & Proyeksi Persediaan

Dengan membuat perencanaan dan proyeksi untuk mengelola persediaan barang, perusahaan dapat menghindari kelebihan ataupun kekurangan persediaan yang dapat menimbulkan suatu kerugian. Selain itu juga dapat membantu

pemilik perusahaan (*owner*) ketika akan melakukan pemesanan barang. Dengan adanya perencanaan yang matang, persediaan atau stok barang tidak akan kurang ataupun berlebih. Dan dengan adanya proyeksi ini, pemilik perusahaan bisa memperkirakan jumlah minimum stok di gudang sebagai tolok ukur saat akan melakukan pemesanan barang.

2. Pahami Sistem Persediaan

Dengan cara menentukan sistem persediaan yang cocok digunakan oleh perusahaan kita, yaitu sistem perpetual atau periodik. Sistem perpetual yaitu sistem di mana setiap persediaan yang masuk dan keluar dicatat dalam pembukuan, sedangkan sistem periodik dilakukan dengan menghitung jumlah persediaan di akhir periode untuk melakukan pembukuan.

3. Tentukan *Standard Operating Procedure*

Dalam perusahaan kecil atau menengah persediaan dapat diawasi langsung oleh pemilik perusahaan. Namun jika perusahaan tersebut dikategorikan sebagai perusahaan yang berkembang, maka diperlukan pegawai dengan posisi tinggi seperti manajer atau supervisor gudang untuk melakukan pengawasan dalam pengelolaan persediaan. Yakni manajer atau supervisor tersebut harus menguasai SOP pada divisinya, seperti SOP barang masuk dan keluar, SOP penyimpanan, SOP pelaporan ketersediaan stok dan pengadaan stok yang

dibutuhkan. Dengan adanya manajer atau supervisor gudang, kesalahan dalam pencatatan stok dapat dihindari sehingga dapat mengurangi risiko kelebihan atau kekurangan persediaan barang.

4. Buat Jadwal Persediaan

Dengan adanya jadwal persediaan, pemilik perusahaan akan dengan mudah mengelola persediaan yang ada dalam gudang. Pemilik perusahaan dapat menentukan jadwal pembelian persediaan serta jadwal persediaan keluar dari gudang. Dengan adanya jadwal untuk keluar masuknya persediaan barang, pemilik perusahaan bisa dengan mudah mengurangi risiko kerugian perusahaan dan terhindar dari barang yang rusak ataupun kadaluwarsa.

5. Hitung Anggaran Persediaan

Menghitung berapa uang yang dikeluarkan untuk membeli sebuah persediaan barang. Kemudian dibuatlah catatan semua harga pokok penjualan dan harga jual barang tersebut. Karena hal ini dapat membantu untuk mengetahui berapa perkiraan pendapatan yang didapatkan jika barang tersebut laku terjual dipasaran.

2.2.3.5 Laporan Manajemen Persediaan

Pada laporan manajemen persediaan disiapkan segala informasi mengenai persediaan di gudang, kecepatan penjualan, jumlah pemesanan, pergantian persediaan, ramalan penjualan, dan

jumlah yang harus dipesan untuk setiap SKU (*Stock Keeping Unit*). Ritel harus memiliki jadwal yang jelas dengan vendor (pemasok) karena dalam jadwal ini ditentukan dengan cara memberikan bobot pada biaya pengangkutan barang dibandingkan dengan biaya pembelian dan penanganan barang. Semakin banyak barang yang dibeli oleh ritel maka akan semakin tinggi pula biaya pengangkutannya, akan tetapi biaya pembelian dan penanganannya semakin rendah. Laporan manajemen persediaan terdiri atas (Mudzakkir & Suharso, 2015):

- a. Daftar stok dasar, Daftar stok dasar menjelaskan tiap SKU (*Stock Keeping Unit*) dan merangkum bagaimana posisinya dalam gudang. Daftar ini terdiri dari nomor stok dan deskripsi barang, berapa banyak barang yang tersedia dan yang dipesan, dan penjualan selama 12 dan 4 minggu terakhir.
- b. Ketersediaan produk, Ketersediaan produk (*product availability*) menjadi hal yang sangat penting bagi peritel. Untuk menentukan berapa banyak produk yang harus tersedia memerlukan keputusan manajerial yang rumit.
- c. Stok cadangan, Stok cadangan (*back up stock*) adalah stok yang digunakan untuk berjaga-jaga jika terjadi kehabisan stok yang dikarenakan permintaan melebihi jumlah yang diperkirakan atau ketika sebuah barang tertunda kedatangannya.

- d. Titik Pemesanan, Merupakan jumlah minimum barang yang harus tersedia di gudang sehingga perlu untuk dilakukan pembelian kembali.

2.2.3.6 Prosedur Penyimpanan Barang Dagang Digudang

Barang-barang di gudang juga harus disimpan menurut jenisnya, oleh karena itu dalam pengaturan dan penyimpanannya harus dikelompokkan menurut jenis serta golongan barang tersebut. Prosedur penyimpanan barang dagangan digudang yaitu (Arlina, 2017):

1. Mengelompokkan golongan barang
2. Mengelompokkan jenis barang
3. Mengelompokkan sub golongan barang
4. Mengelompokkan merek atau cap dagang

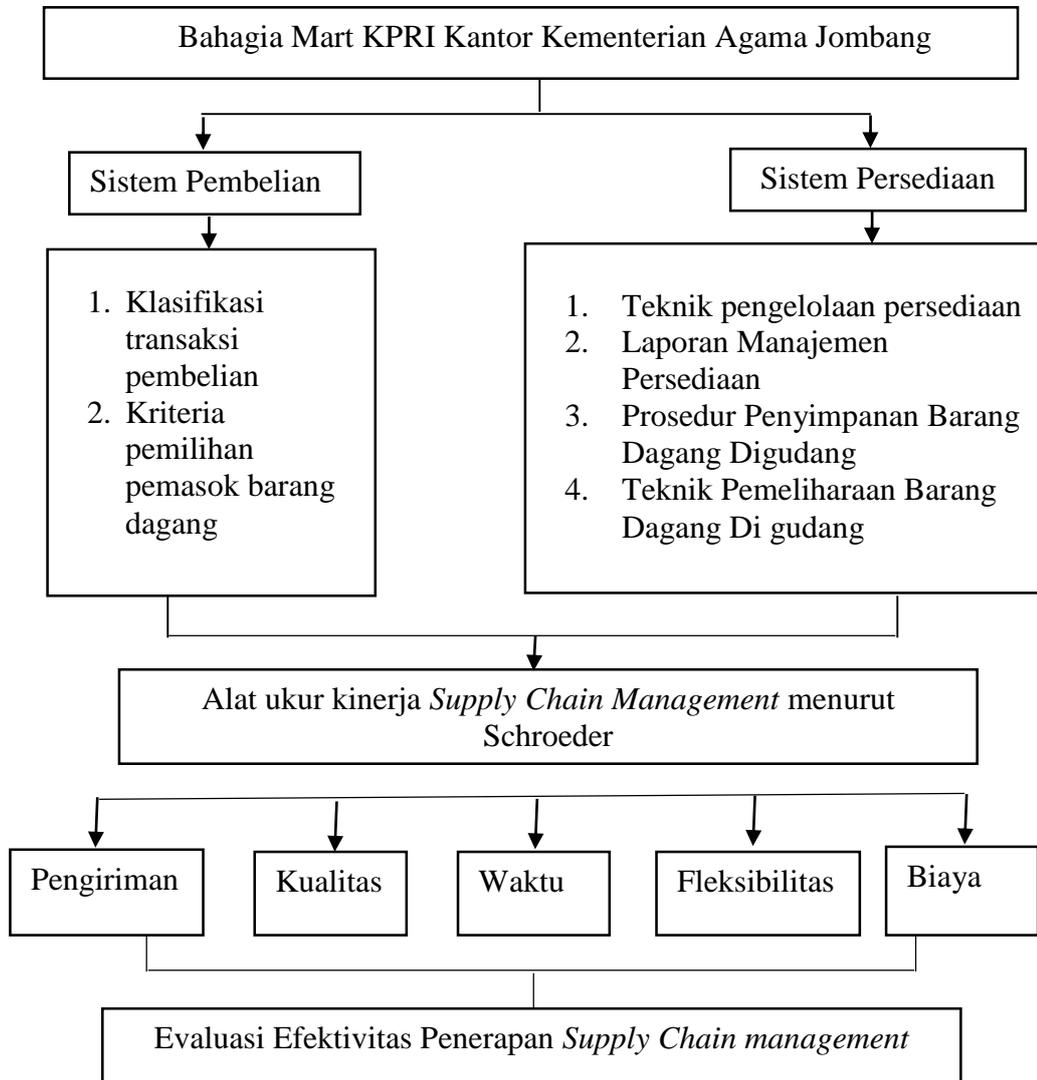
2.2.3.7 Teknik Pemeliharaan Barang Dagang Di Gudang

Beberapa tindakan khusus yang perlu untuk diperhatikan dan dilakukan dalam rangka untuk pemeliharaan barang di gudang yaitu (Arlina, 2017):

- a. Menyediakan tempat atau ruangan yang memenuhi syarat
- b. Menyimpan barang pada tempat yang sudah disediakan sesuai dengan golongan dan jenisnya
- c. Menyediakan peralatan seperti lemari biasa, lemari pendingin, lemari pemanas, meja, dan rakyang sesuai dengan cara menyimpan dari jenis barang yang bersangkutan

- d. Memberikan penerangan (lampu listrik) yang cukup
- e. Menempatkan petugas-petugas khusus untuk memeriksa dan memelihara keadaan tempat penyimpanan dan keadaan barang yang disimpan
- f. Mengatur suhu atau temperatur udara didalam ruang penyimpanan barang
- g. Menempatkan atau memasang keadaan darurat, seperti alarm bahaya kebakaran, alarm pencurian, alat pemadam kebakaran, CCTV, alat pencegah dan penanggulangan tikus dan binatang kecil lainnya
- h. Menjaga kebersihan dan keamanan barang yang disimpan
- i. Membuat kartu laporan keadaan tempat dan barang jangka waktu penyimpanan.

2.3 Kerangka Konseptual



Gambar 2.2 Kerangka Konseptual

Supply chain management merupakan cara yang digunakan untuk mengelola, mengawasi, serta mengendalikan rantai suplai mulai dari pengadaan, persediaan hingga pengiriman produk, dengan memperhatikan ketepatan waktu, ketepatan lokasi, biaya yang seminimal mungkin, serta jumlah produk yang akan dihasilkan. Dengan adanya penerapan SCM dalam suatu perusahaan maka akan dapat dengan mudah dalam membantu perusahaan untuk mengontrol dan mengendalikan persediaan barangnya. Dan

untuk mengevaluasi penerapan sistem SCM dilihat melalui penjabaran sistem pembelian dan sistem persediaannya, dalam hal ini peneliti menganalisisnya melalui alat ukur yang dikemukakan oleh (Schroeder & Goldstein, 2018) yang terdiri dari pengiriman, kualitas, waktu, fleksibilitas, dan biaya. Pengiriman yakni berkaitan dengan kriteria dalam memilih pemasok yang tepat atau konsisten dalam pengiriman barangnya, lalu kualitas diukur berdasarkan kepuasan pelanggan, waktu yaitu berkaitan dengan pembelian atau pengisian kembali barang dagang/ persediaan dengan berdasarkan kontrak atau minimum persediaan, fleksibilitas yakni berkaitan dengan pemilihan pemasok yang cepat dan tepat dalam menangani permintaan perubahan volume atau waktu pemesanan barang dengan persiapan yang sesingkat mungkin, dan yang terakhir yakni biaya-biaya yang dibutuhkan atau dikeluarkan untuk persediaan yakni biaya distribusi, biaya persediaan tercatat yang terdiri dari biaya modal yang dikeluarkan untuk pembelian persediaan barang dagang yang menggunakan bentuk transaksi tertentu, biaya penyimpanan barang dagang yang aman dan luas, dan biaya kerugian. Dari sini Bahagia Mart bisa mengevaluasi kelancaran arus *Supply Chain Manangement System* yang dilihat dari sistem pembelian dan sistem persediaannya dengan mengukurnya menggunakan alat analisa Schroeder yang nanti dapat digunakan sebagai bentuk pengambilan keputusan untuk melakukan perbaikan terutama dalam hal pembelian/pengadaan barang dagang dan dalam mengelola persediaannya.