

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Pada zaman globalisasi seperti saat ini bisnis di Indonesia berkembang dengan pesat, ditambah lagi dengan adanya Masyarakat Ekonomi Asia (MEA). Perkembangan ini menyebabkan persaingan di antara perusahaan satu dengan yang lainnya menjadi semakin ketat. Setiap perusahaan saling berlomba untuk memenuhi permintaan dari konsumen dengan produk-produknya, sejalan dengan era saat ini yang memudahkan perusahaan melakukan perluasan penjualan. Dalam hal ini aliran produk merupakan kunci penting dalam memenangkan persaingan yang berkaitan dengan operasional perusahaan. Tentunya dalam aliran produk tidak terlepas dari faktor penting yang mendukungnya yaitu logistik.

Selain oleh karena diberlakukannya MEA, era teknologi sekarang ini sudah semakin maju. Sehingga dalam bertransaksi barang tidak lagi menggunakan cara yang konvensional dengan datang ke toko lalu memilih barang, tetapi dengan memanfaatkan teknologi yang ada, sehingga dalam keadaan ini penjualan tidak hanya bergantung pada pembukaan toko, namun lebih jauh lagi yaitu menfokuskan pada fungsi-fungsi logistik karena komponen-komponen yang ada dalam kegiatan logistik sangat relevan untuk menjawab keadaan ini. Kegiatan logistik perusahaan merupakan faktor yang tidak bisa lepas dari aliran produk.

Berkenaan dengan logistik suatu perusahaan maka komponen aktifitas yang

mendukung logistik harus diperhatikan dan dikelola dengan baik, komponen atau fasilitas yang mendukung kegiatan logistik diantaranya seperti lokasi fasilitas, komunikasi, transportasi, persediaan dan penyimpanan (pergudangan).

Menurut Nada R.Sanders (2012) logistik adalah fungsi bisnis yang bertanggung jawab untuk mengantarkan serta mentransformasikan produk ke tempat yang tepat pada waktu yang tepat sepanjang rantai pasokan. dalam fungsi mengantarkan serta mentransformasikan barang ini tentu tidak bisa hanya sekali pengiriman karena terkadang barang yang dikirim jumlahnya terlampau banyak, selain itu barang yang dikirim juga harus dibagi ulang dimana pengiriman besar diterima dan kemudian perlu dipecah menjadi jumlah yang lebih kecil untuk pengiriman di beberapa lokasi guna perluasan penjualan. Maka dibutuhkan tempat untuk menyimpan dan mengontrol barang masuk dan keluar.

Perencanaan manajemen pergudangan merupakan aspek penting dari keputusan manajemen operasional yang berhubungan langsung dengan logistik guna menunjang perluasan penjualan dan memenuhi permintaan pasar. Manajemen pergudangan adalah sektor usaha yang dibutuhkan guna merespon perubahan dan perkembangan tren logistik serta tuntutan efisiensi dalam prosedur operasional. Peran gudang saat ini sudah tidak seperti dulu lagi yang hanya menjadi penyimpanan barang, akan tetapi manajemen gudang meliputi semua prosedur perencanaan dan pengendalian berkaitan dengan pengelolaan kegiatan operasional guna menunjang permintaan dari pelanggan.

Menurut Gwynne Richards (2011) gudang adalah fasilitas khusus yang bersifat tetap, yang dirancang untuk mencapai target tingkat pelayanan dengan total biaya yang paling rendah. Fungsi dari manajemen pergudangan sendiri adalah sebagai alat untuk mengontrol operasional pergudangan. Yang diharapkan dari fungsi ini adalah, adanya pengurangan biaya-biaya dalam gudang, efektifitas dan efisiensi barang masuk dan barang keluar, dan kemudahan dan keakuratan informasi stok barang yang ada di gudang. Sedangkan didalam Perpu Nomor 5 tahun 1962 gudang adalah ruangan yang tidak bergerak yang dapat ditutup dengan tujuan tidak untuk dikunjungi untuk umum, melainkan untuk dipakai khusus sebagai tempat barang.

Nath dan Gandhi (2011) dan Baijal (2014) menyebutkan setidaknya terdapat 3 (tiga) indikator kinerja pergudangan, yaitu biaya, sistem, dan utilisasi ruang. Dalam penelitian ini hanya akan menganalisa kedua hal tersebut khususnya pada sistem manajemen pergudangan dan utilisasi ruang.

Pada dasarnya perusahaan tidak boleh berpuas diri dengan aktivitas saat ini. Karena pasar bersifat dinamis. Kebutuhan pelanggan, kompetitor dan lingkungan terus berubah. Untuk itu pimpinan perusahaan harus mencari peluang-peluang baru. Namun dalam merumuskan strategi yang baru juga harus memperhatikan kinerja perusahaan sebelumnya, sebagai bahan pertimbangan yang dalam hal ini berkenaan dengan manajemen pergudangan. Bahan pertimbangan ini berguna untuk membandingkan target yang harus dicapai dengan kondisi di lapangan.

Salah satu cara untuk mengatasi hal tersebut adalah dengan dilakukannya evaluasi.

Evaluasi sistem manajemen pergudangan sangat diperlukan guna mengetahui dan meningkatkan kinerja pergudangan. Berkaitan dengan evaluasi pergudangan kegiatan ini nantinya akan menjadi umpan balik dari output manajemen pergudangan dan sangat diperlukan lagi nantinya pada proses operasional pergudangan kedepannya. Hasil dari evaluasi sendiri biasanya berupa informasi yang fungsinya menjadi media pengendali dalam hal ini adalah evaluasi manajemen pergudangan.

Salah satu perusahaan yang harus memperhatikan manajemen pergudangan adalah perusahaan otomotif, karena pada perusahaan otomotif memiliki arus perputaran persediaan *sparepart* yang tinggi. Perusahaan otomotif merupakan salah satu industri yang mengalami peningkatan di zaman ini, tentunya hal ini merupakan peluang untuk mendapatkan keuntungan, terlebih saat ini kendaraan bermotor baik roda dua ataupun roda empat sudah menjadi kebutuhan pokok. Tentunya dengan semakin banyaknya kendaraan bermotor yang dimiliki masyarakat berbagai kebutuhan untuk perawatan kendaraan juga meningkat. Salah satu aspek penting dalam perawatan kendaraan diantaranya suku cadang motor dan aksesoris motor yang lainnya. Tentunya hal ini merupakan peluang untuk pelaku dalam bidang industri otomotif. Seiring dengan meningkatnya industri otomotif dan semakin banyak dan bervariasinya kendaraan bermotor

khususnya roda dua maka perusahaan tidak hanya menjual kendaraan bermotor saja akan tetapi untuk memaksimalkan kredibilitas perusahaan tentu memberikan pelayanan lain yaitu salah satunya adalah penyediaan *sparepart* yang berkualitas. *Sparepart* dalam kendaraan bermotor merupakan bagian yang sangat penting karena salah satu aspek penting untuk perawatan kendaraan bermotor. Dengan semakin banyaknya jenis dan variasi sepeda motor maka *sparepart* yang ada juga akan semakin banyak pula untuk itu dibutuhkan tempat penyimpanan yang luas dan terkoordinasi dengan baik karena satu jenis kendaraan bermotor memiliki banyak *sparepart*.

Indonesia ingin memperkuat ekonomi melalui sektor industri yang tertuang dalam Kebijakan Pembangunan Industri Nasional 2005 yang dikeluarkan oleh Kementerian Perindustrian pada tahun 2005, salah satunya menyatakan bahwa pada tahun 2025 industri otomotif merupakan industri andalan masa depan. Hal ini tentu saja membuat tantangan bagi industri otomotif untuk dapat melakukan desain dan manufaktur penuh. Kebijakan ini semakin diperkuat dengan dikeluarkannya Keputusan Presiden No. 28 Tahun 2008 tentang Kebijakan Industri Nasional.

PT. Astra international Honda Motor merupakan perusahaan (*manufacturing*) sepeda motor yang perkembangannya begitu pesat. Didalam lingkungan industri sepeda motor, PT Astra International Honda motor hingga saat ini masih menduduki posisi sebagai *market dealer* untuk produsen sepeda motor nasional.

PT Astra International-Honda (Astra Motor) adalah salah satu perusahaan Astra International yang bergerak di bidang operasional dengan produk sepeda motor Honda. Didirikan pada tahun 1970, dengan nama Honda Division, Astra Motor dahulu merupakan *main distributor* sepeda motor Honda. Saat ini, Astra Motor merupakan *main dealer* yang mencakup sebelas wilayah (*region*) di seluruh Indonesia. Adapun wilayah-wilayah tersebut mencakup: Palembang, Bengkulu, Jawa Tengah, DI. Yogyakarta, Bali, NTB, Pontianak, Balikpapan, Makassar, Jayapura, dan JHC atau AMJ.

Astra Motor, juga dikenal sebagai Honda Sales Operations. Astra Motor merupakan *brand* yang diusung dengan ciri perusahaan dalam menjalin hubungan dengan *customer*. Saat ini, Astra Motor dipimpin oleh Margono Tanuwijaya selaku CEO Astra Motor menggantikan (Alm.) Ronny Ramli yang meninggal pada awal 2010.

Astra Motor memiliki dua jalur cara menjalin hubungan dengan para pelanggannya, yang pertama adalah melalui *dealer*, yang ke dua adalah melalui *sales office* yang dikoordinasi dalam divisi retail Astra Motor. Sebagai salah satu *main dealer*, Astra Motor berperan dalam mengkoordinasi segala aktivitas *marketing*, logistik, dan termasuk promosi di *region*. Astra Motor memiliki *region-region* yang dipimpin oleh *region head* sebagai pimpinan tertinggi di *region* tersebut. *Region-region* ini rutin berkoordinasi dan berinteraksi dengan Astra Motor Head Office yang terletak di kompleks Astra International Jakarta

Untuk PT Astra International–Honda region Yogyakarta merupakan fokus penelitian terletak di Jl. Magelang KM 7,2, Yogyakarta. Dengan pengiriman barang tujuan wilayah Yogyakarta, area Banyumas dan Area Kedu. Dalam penelitian ini nantinya akan melakukan kegiatan evaluasi efektifitas pekerjaan gudang, guna mendukung operasional gudang.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana manajemen pergudangan yang diterapkan PT. Astra Internasional Tbk-Honda ?
2. Apa kelebihan manajemen pergudangan yang diterapkan PT. Astra International Tbk-Honda ?
3. Apa kelemahan manajemen pergudangan yang diterapkan PT. Astra International Tbk-Honda ?
4. Apa yang menjadi kendala atau masalah pada gudang PT. Astra International Tbk-Honda ?
5. Solusi apa yang dapat digunakan dalam permasalahan yang terjadi pada pergudangan PT. Astra International Tbk-Honda ?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian pada tugas akhir ini diantaranya adalah

1. Mengidentifikasi sistem manajemen pergudangan yang diterapkan PT. Astra International Tbk-Honda
2. Menganalisa kelebihan sistem manajemen pergudangan dan rasio produktivitas pada PT. Astra International Tbk-Honda
3. Menganalisa kelemahan sistem manajemen pergudangan pada PT. Astra International Tbk-Honda
4. Mengidentifikasi kendala yang dihadapi sistem manajemen pergudangan pada PT. Astra International Tbk-Honda
5. Mengidentifikasi solusi yang tepat untuk mengatasi pergudangan PT Astra International Tbk-Honda

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi PT. Astra International Tbk-Honda, dapat memberi masukan pada PT. Astra International Tbk-Honda yang berupa informasi/analisa tentang perancangan manajemen pergudangan dan pengembangan produk pada PT. Astra International Tbk-Honda motor.
2. Bagi akademisi, hasil penelitian ini dapat dipergunakan sebagai bahan bacaan yang dapat dipakai oleh pihak-pihak yang berkepentingan dengan permasalahan yang dibahas.