

**ANALISA PENGARUH TINGKAT KEAKURATAN TAGGING
TERHADAP PENCAPAIAN STRATEGIC FIT PADA DEPO CIKARANG
PT. SINAR NIAGA SEJAHTERA**


SKRIPSI 6031801030



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
Manajemen

Oleh:

Marcellinus Ryan Gunawan

6031801030

UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN

FAKULTAS EKONOMI

PROGRAM SARJANA MANAJEMEN

(Terakreditasi oleh BAN-PT No.2011/SK/BAN-PT/Akred/S/VII/2018)

BANDUNG

2022

**AN ANALYSIS ON THE EFFECT OF TAGGING ACCURACY ON THE
ACHIEVEMENT OF STRATEGIC FIT AT CIKARANG WAREHOUSE,**

6031801030

PT. SINAR NIAGA SEJAHTERA



UNDERGRADUATE THESIS

Submitted to complete part of the requirements of a Bachelor's Degree in
Management

By:

Marcellinus Ryan Gunawan

6031801030

PARAHYANGAN CATHOLIC UNIVERSITY

FACULTY OF ECONOMICS

UNDERGRADUATE PROGRAMME IN MANAGEMENT

(Accredited by BAN-PT No.2011/SK/BAN-PT/Akred/S/VII/2018)

BANDUNG

2022

UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN

FAKULTAS EKONOMI

PROGRAM STUDI MANAJEMEN



PERSETUJUAN SKRIPSI

**ANALISIS MANAJEMEN DISTRIBUSI PRODUK BARANG JADI PT.
GARUDAFOOD PUTRA PUTRI JAYA TBK OLEH PT. SINAR NIAGA
SEJAHTERA PADA DEPO CIKARANG**

Oleh:

Marcellinus Ryan Gunawan

6031801030

Bandung, Januari 2022

Ketua Program Studi Manajemen,

Dr. Istiharini, S.E., M.M., CMA.

Pembimbing Skripsi,

SKRIPSI 6031801030

Brigita Meylianti Sulungbudi, Ph.D., ASCA, CIPM.

PERNYATAAN

Saya yang bertanda-tangan dibawah ini,

Nama (sesuai akte lahir) : Marcellinus Ryan Gunawan
Tempat, tanggal lahir : Jakarta, 20 Maret 2000
NPM : 6031801030
Program Studi : Manajemen
Jenis Naskah : Skripsi

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul: **“ANALISA PENGARUH TINGKAT KEAKURATAN TAGGING TERHADAP PENCAPAIAN STRATEGIC FIT PADA DEPO CIKARANG, PT. SINAR NIAGA SEJAHTERA”**

Yang telah diselesaikan dibawah bimbingan: Brigita Meylianti Sulungbudi, Ph.D., ASCA, CIPM.

Adalah benar-benar karyatulis saya sendiri;

1. Apa pun yang tertuang sebagai bagian atau seluruh isi karya tulis saya tersebut di atas dan merupakan karya orang lain (termasuk tapi tidak terbatas pada buku, makalah, surat kabar, internet, materi perkuliahan, karya tulis mahasiswa lain), telah dengan selayaknya saya kutip, sadur atau tafsir dan jelas telah saya ungkap dan tandai
2. Bahwa tindakan melanggar hak cipta dan yang disebut, plagiat (Plagiarism) merupakan pelanggaran akademik yang sanksinya dapat berupa peniadaan pengakuan atas karya ilmiah dan kehilangan hak keserjanaan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksa oleh pihak mana pun.

Pasal 25 Ayat (2) UU No.20 Tahun 2003: Lulusan perguruan tinggi yang karya ilmiahnya digunakan untuk memperoleh gelar akademik profesi, atau vokasi terbukti merupakan jiplakan dicabut gelarnya. Pasal 70 Lulusan yang karya ilmiah yang digunakannya untuk mendapatkan gelar akademik, profesi, atau vokasi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 25 Ayat (2) terbukti merupakan jiplakan dipidana dengan pidana perkara paling lama dua tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp. 200 juta.

Bandung,

Dinyatakan tanggal 21 Januari 2022

Pembuat pernyataan



(Marcellinus Ryan Gunawan)

ABSTRAK

Industri *Fast Moving Consumer Goods* (FMCG) menawarkan kebutuhan sehari-hari dengan pasar yang sangat kompetitif dan perputaran produk yang cepat. Perusahaan yang terlibat dengan produk tersebut tidak memiliki pilihan antara strategi responsif dan efisiensi. Oleh karena itu, ketersediaan dengan biaya rendah adalah salah satu indikator kinerja utama yang paling penting untuk rantai pasokan FMCG untuk mencapai kesesuaian strategis.

PT. Sinar Niaga Sejahtera (PT. SNS) merupakan distributor resmi dari PT. Garudafood Putra Putri Jaya Tbk. Dalam melakukan kegiatan distribusinya, PT. SNS menggunakan *Transportation Management System* (TMS) bernama Zyllem. Sistem ini diharapkan dapat menciptakan efisiensi bagi perusahaan dalam melakukan proses pengiriman, terutama dalam mengurangi kegagalan pengiriman: mengurangi penolakan, dan meningkatkan kepatuhan waktu pengiriman. Namun sistem ini belum sesuai harapan, PT. SNS menemukan bahwa kegagalan pengiriman dan tingkat *time compliance* tidak sebaik target.

Penelitian ini bertujuan untuk memecahkan masalah tersebut, berdasarkan data yang disediakan dalam sistem dari bulan Juli hingga September 2021. Studi ini menemukan bahwa untuk mengurangi kegagalan pengiriman dan meningkatkan *time compliance*, upaya kolaborasi antar departemen di PT. SNS diperlukan karena masalah tidak dapat diselesaikan oleh departemen logistik saja.

Kata kunci: *Fast Moving Consumer Goods* (FMCG), *Transportation Management System* (TMS), tingkat keakuratan *tagging*, gagal kirim, *time compliance*

ABSTRACT

Fast Moving Consumer Goods (FMCG) are daily necessities with a highly competitive market and fast product turnover. Companies that engage with those products do not have a choice between responsiveness and efficiency strategies. Therefore, availability with low cost is one of the most important key performance indicators for FMCG supply chains to achieve strategic fit.

PT. Sinar Niaga Sejahtera (PT. SNS) is the official distributor of PT. Garudafood Putra Putri Jaya Tbk. In carrying out its distribution activities, PT. SNS uses Transportation Management System (TMS) called Zyllem. This system is expected to create efficiency for the company in carrying out the delivery process, especially in reducing delivery failures: reducing rejections, and increasing delivery time compliance. However, this system has not met the expectation, PT. SNS found that rejections and time compliance levels are not as good as the target.

This study aims to solve these problems, based on the data provided in the system from July to September 2021. The study found that to decrease rejections and improve time compliance, collaboration efforts among departments in PT. SNS is needed because the problems cannot be solved by the logistic department alone.

Key words: Fast Moving Consumer Goods (FMCG), Transportation Management System (TMS), tagging accuracy level, delivery failure, time compliance

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena dengan berkat dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan naskah skripsi dengan judul **“ANALISIS MANAJEMEN DISTRIBUSI PRODUK BARANG JADI PT. GARUDAFOOD PUTRA PUTRI JAYA TBK OLEH PT. SINAR NIAGA SEJAHTERA PADA DEPO CIKARANG”**. Penulis juga ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada berbagai pihak yang turut ambil bagian berperan dalam proses penyusunan skripsi ini kepada:

1. Ibu Brigita Meylianti Sulungbudi, Ph.D., ASCA., CIPM. selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Katolik Parahyangan dan selaku dosen pembimbing yang memberikan arahan dengan sangat baik kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi.
2. Ibu Dr. Istiharini, S.E., M.M., CMA. selaku Ketua Program Studi Sarjana Manajemen Universitas Katolik Parahyangan yang sangat peduli dengan memberikan semangat dan dukungan selama penulis menjadi mahasiswa di Universitas Katolik Parahyangan
3. Seluruh jajaran dekanat Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan Ibu Dr. Budiana Gomulia, Dra., M.Si. selaku Dekan, Ibu Dr. Amelia Setiawan, S.E., M.Ak., Ak., CISA selaku Wakil Dekan Bidang Akademik, Bapak Samuel Wirawan, S.E., MM., Ak. selaku Wakil Dekan Bidang Sumber Daya, dan Bapak Ivan Prasetya, S.E., MSM., M.Eng. selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Alumni yang senantiasa mendukung penulis baik dalam kegiatan akademik maupun non-akademik.
4. Seluruh dosen, staff dari Tata Usaha, perpustakaan, komputer-laboratorium, satpam, dan seluruh prakarya yang berada di Fakultas Ekonomi yang sangat penulis hormati telah mendukung penulis dalam melakukan kegiatan akademik maupun non-akademik selama menjadi mahasiswa.
5. Bapak Welian Febriawan selaku Region Logistic Head JABOTABEK 1 PT. Sinar Niaga Sejahtera dan Bapak Wahyudin selaku Zyllem Planner JABOTABEK 1 PT. Sinar Niaga Sejahtera yang sangat peduli dengan

penulis dengan bimbingannya selama kegiatan magang di PT. Sinar Niaga Sejahtera dan dalam proses pembuatan naskah skripsi.

6. Bapak Toni Salim selaku Head of Area 1 PT. Sinar Niaga Sejahtera dan Bapak Suwaka selaku Region Head JABOTABEK 1 PT. Sinar Niaga Sejahtera, beserta seluruh karyawan PT. Sinar Niaga Sejahtera JABOTABEK 1 yang telah menerima penulis dengan hangat sejak pertama kali melakukan kegiatan magang dan senantiasa memberikan semangat kepada penulis untuk menyelesaikan naskah skripsi.
7. Keluarga inti dan keluarga besar penulis yang tanpa henti memberikan dukungan dan doa kepada penulis agar segala proses penyusunan skripsi dapat berjalan dan selesai dengan baik.
8. Teman-teman dari keluarga besar Himpunan Mahasiswa Program Studi Manajemen (HMPSM) dan Fakultas Ekonomi yang tidak dapat disebutkan satu-persatu namanya yang senantiasa menemani dan memberikan dukungan kepada penulis, bukan hanya semasa penyusunan skripsi namun juga semasa perkuliahan.
9. Teman-teman dari Sekolah Menengah Atas Bunda Hati Kudus Kota Wisata Cibubur yang tidak dapat disebutkan satu-persatu namanya senantiasa menemani, menghibur, mendoakan, dan memberikan semangat kepada penulis untuk dapat menyelesaikan studi dengan baik.

Penulis menyadari bahwa naskah skripsi ini masih jauh dari kata sempurna karena kesempurnaan hanya milik Tuhan. Namun, penulis berharap agar naskah skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca. Terima kasih.

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.5 Kerangka Pemikiran.....	6
BAB 2	8
TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Keunggulan Bersaing (<i>Competitive Advantage</i>).....	8
2.1.1 Strategi Diferensiasi (<i>Differentiation</i>).....	8
2.1.2 Strategi Biaya Rendah (<i>Low-Cost</i>).....	9
2.1.3 Strategi Respon Cepat (<i>Rapid Response</i>)	9
2.2 Manajemen Rantai Pasokan (<i>Supply Chain Management</i>)	9
2.2.1 Fasilitas (<i>Facilities</i>).....	11
2.2.2 Inventaris (<i>Inventory</i>)	11
2.2.3 Transportasi (<i>Transportation</i>).....	13
2.2.4 Informasi (<i>Information</i>).....	16
2.2.4.1 Transportation Management System (TMS).....	17
2.2.5 <i>Sourcing</i>	18
2.2.6 Harga (<i>Pricing</i>)	19
2.3 Manajemen Distribusi	19
2.3.1 Penyimpanan Manufaktur dengan Pengiriman Langsung (<i>Manufacturer Storage with Direct Shipping</i>)	21
2.3.2 Penyimpanan Manufaktur dengan Pengiriman Langsung dan Penggabungan Dalam Transit (<i>Manufacturer Storage with Direct Shipping and In-Transit Merge</i>).....	22
2.3.3 Penyimpanan Distributor dengan Pengiriman Kurir (<i>Distributor Storage with Carrier Delivery</i>).....	22

2.3.4 Penyimpanan Distributor dengan Pengiriman Jarak Jauh (<i>Distributor Storage with Last-Mile Delivery</i>).....	23
2.3.5 Penyimpanan Produsen atau Distributor dengan Pengambilan Pelanggan (<i>Manufacturer or Distributor Storage with Customer Pickup</i>).....	24
2.3.6 Penyimpanan Ritel dengan Pengambilan Pelanggan (<i>Retail Storage with Customer Pickup</i>).....	25
2.4 <i>Strategic Fit</i>	25
2.4.1 Memahami Pelanggan dan Ketidakpastian Rantai Pasokan	26
2.4.2 Memahami Kapabilitas Rantai Pasokan	26
2.4.3 Mencapai <i>Strategic Fit</i>	27
BAB 3	28
METODE DAN OBJEK PENELITIAN.....	28
3.1 Metode dan Jenis Penelitian	28
3.2 Teknik Pengumpulan Data.....	28
3.3 Langkah-Langkah Penelitian	28
3.4 Objek Penelitian.....	29
3.5 Batasan Penelitian	32
BAB 4	33
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	33
4.1 Hasil Penelitian.....	33
4.1.1 Data Tingkat Validasi <i>Tagging</i> Depo Cikarang.....	33
4.1.2 Data Keakuratan <i>Tagging</i> dan <i>Time Compliance</i> Depo Cikarang	34
4.1.3 Data Kegagalan Pengiriman Depo Cikarang	37
4.1.4 Data <i>Time Compliance</i> Pengiriman Depo Cikarang	41
4.2 Pembahasan	44
4.2.1 Analisa Kegagalan Pengiriman Depo Cikarang.....	44
4.2.2 Analisa <i>Time Compliance</i> Pengiriman Depo Cikarang	54
BAB 5	59
KESIMPULAN DAN SARAN	59
5.1 Kesimpulan.....	59
5.2 Saran.....	60
DAFTAR PUSTAKA	62
RIWAYAT HIDUP	64

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Rincian Jumlah Karyawan Depo Cikarang.....	31
Tabel 4.1 Tingkat Tagging Validation Depo Cikarang Periode Juli – September 2021	33
Tabel 4.2 Tingkat <i>Tagging Validation, On Location</i> 500 Meter, dan <i>Time Compliance</i> Depo Cikarang Periode Juli - September 2021	35
Tabel 4.3 Tingkat <i>On Location</i> 500 Meter <i>Driver</i> Depo Cikarang Periode Juli - September 2021	37
Tabel 4.4 Pengiriman Depo Cikarang Periode Juli – September 2021	38
Tabel 4.5 Alasan Gagal Kirim Depo Cikarang Periode Juli – September 2021 ...	39
Tabel 4.6 Gagal Kirim Sampel <i>Driver</i> Depo Cikarang Periode Juli – September 2021	40
Tabel 4.7 <i>Time Compliance</i> Depo Cikarang Periode Juli – September 2021	42
Tabel 4.8 <i>Time Compliance</i> Sampel <i>Driver</i> Depo Cikarang Periode Juli – September 2021	43

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Ilustrasi Pendistribusian Produk Barang Jadi PT. Garudafood Putra Putri Jaya Tbk oleh PT. Sinar Niaga Sejahtera	3
Gambar 2.1 Kerangka Pengambilan Keputusan Manajemen Rantai Pasokan	10
Gambar 2.2 Desain Distribusi Penyimpanan Manufaktur dengan Pengiriman Langsung	21
Gambar 2.3 Desain Distribusi Penyimpanan Manufaktur dengan Pengiriman Langsung dan Penggabungan Dalam Transit	22
Gambar 2.4 Desain Distribusi Penyimpanan Distributor dengan Pengiriman Kurir	23
Gambar 2.5 Desain Distribusi Penyimpanan Distributor dengan Pengiriman Jarak Jauh	24
Gambar 2.6 Desain Distribusi Penyimpanan Produsen atau Distributor dengan Pengambilan Pelanggan	25
Gambar 2.7 Grafik Hubungan Responsiveness dengan Efficiency	27
Gambar 2.8 Grafik Zona Strategic Fit	27
Gambar 3.1 Logo PT. Sinar Niaga Sejahtera Group dan PT. Garudafood Putra Putri Jaya Tbk.	29
Gambar 3.2 Bagan Perusahaan PT. Garudafood Putra Putri Jaya Tbk.....	30
Gambar 3.3 Bagan Organisasi PT. Sinar Niaga Sejahtera Divisi Supply Chain Management	31
Gambar 4.4 Scatter Diagram Hubungan Tingkat Kegagalan Pengiriman Kategori <i>Partial Reject</i> dan Keakuratan <i>Tagging</i> Depo Cikarang Periode Juli – September 2021	45
Gambar 4.5 Grafik Hubungan Tingkat Keakuratan <i>Tagging</i> dan <i>Partial Reject</i> Depo Cikarang Periode Juli – September 2021.....	46
Gambar 4.6 Scatter Diagram Hubungan Tingkat Kegagalan Pengiriman Kategori <i>Full Reject</i> dan Keakuratan <i>Tagging</i> Depo Cikarang Periode Juli – September 2021	47
Gambar 4.7 Grafik Hubungan Tingkat Keakuratan <i>Tagging</i> dan <i>Full Reject</i> Depo Cikarang Periode Juli – September 2021	48
Gambar 4.8 Grafik Gagal Kirim Kategori <i>Full Reject</i> Alasan Keterlambatan Pengiriman Sampel <i>Driver</i> Depo Cikarang Periode Juli – September 2021.....	52
Gambar 4.9 Grafik Gagal Kirim Kategori <i>Full Reject</i> Alasan Toko Tidak Ditemukan Sampel <i>Driver</i> Depo Cikarang Periode Juli – September 2021.....	53
Gambar 4.10 Grafik Hubungan Tingkat Keakuratan <i>Tagging</i> dan Tingkat <i>Time Compliance</i> Depo Cikarang Periode Juli – September 2021	55
Gambar 4.11 Scatter Diagram Hubungan Tingkat <i>Late Time Percentage</i> dan Keakuratan <i>Tagging</i> Depo Cikarang Periode Juli – September 2021	55

Gambar 4.12 Grafik *Late Time Delivery Percentage* Sampel *Driver* Depo Cikarang
Periode Juli – September 2021 57

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

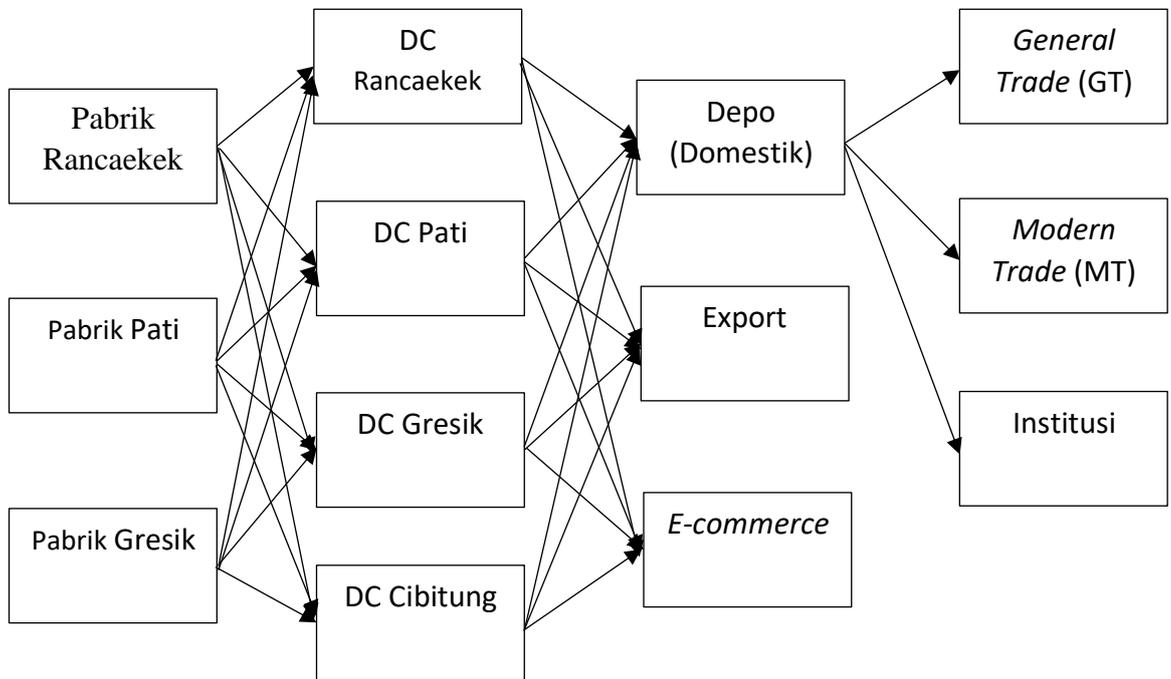
Industri yang terkait dengan *Fast Moving Consumer Goods* (FMCG) atau juga yang biasa dikenal dengan *Consumer Packaged Goods* (CPG), seperti produk makanan dan minuman merupakan salah satu industri yang berperan krusial dalam Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia. Abdul Rochmin (2021) mengatakan bahwa sepanjang triwulan III tahun 2020, 7,02% Produk Domestik Bruto (PDB) industri non-migas disumbangkan oleh sektor industri manufaktur makanan dan minuman. Selain itu juga, industri makanan dan minuman juga merupakan penyumbang nilai ekspor tertinggi pada tahun 2020 dengan nilai 27,59 miliar US Dollar (Warta Ekonomi, 2021). Bahkan industri makanan dan minuman diprediksi menyumbangkan kontribusi sebesar 30% terhadap PDB pada tahun 2030 (HSBC, 2017). Pertumbuhan dan peran industri manufaktur makanan dan minuman tidak lepas dari tiga kebutuhan primer manusia yang salah satunya adalah pangan, ditambah lagi jumlah penduduk Indonesia pada bulan Desember tahun 2020 sebanyak 271,35 juta jiwa dengan kenaikan laju pertumbuhan penduduk tahun 2021 sebesar 0,98% (BPS, 2021). Namun, industri FMCG termasuk industri makanan dan minuman memiliki berbagai tantangan.

Sesuai dengan sifat dari industri FMCG, industri ini menjual produk dengan harga yang relatif lebih rendah sehingga perputaran produknya relatif lebih cepat. Akibatnya, perusahaan industri FMCG memiliki *profit margin* per produk yang relatif lebih rendah (Malhotra, 2014, *page* 1). Selain itu, perusahaan pada industri FMCG mempunyai tingkat persaingan yang cukup tinggi dikarenakan jenis produk yang ditawarkan merupakan *convenience product* sehingga sangat mudah bagi konsumen untuk berpindah ke produk pesaing (Radar Investor, 2021). Melihat dari tantangan tersebut, distribusi memegang peranan penting dalam profitabilitas perusahaan karena menyumbang porsi terbesar dari biaya rantai pasokan dan nilai pelanggan secara langsung (Chopra & Meindl, 2013, *page* 68-72). Perusahaan

FMCG harus memastikan bahwa produk yang ditawarkan dapat dikirimkan ke pasar dengan cepat sehingga produk dapat dengan mudah diakses oleh konsumen. Namun disisi lain perusahaan harus tetap memperhatikan efisiensi mengingat *profit margin* per produk yang rendah. Keselarasan antara keunggulan bersaing dengan manajemen distribusi yang dimiliki akan menciptakan *strategic fit* dengan tujuan untuk mencapai efisiensi yang diharapkan oleh perusahaan (Chopra & Meindl, 2013, *page* 19-31).

Salah satu perusahaan yang mengurus bagian distribusi perusahaan FMCG adalah PT. Sinar Niaga Sejahtera (SNS), yang merupakan distributor resmi sekaligus anak perusahaan dari PT. Garudafood Putra Putri Jaya Tbk. Induk perusahaan PT. Garudafood Putra Putri Jaya Tbk telah memiliki 3 pabrik, yang pertama di Rancaekek yang memproduksi produk susu yakni Clevo, yang kedua di Gresik yang memproduksi produk cokelat yakni Chocolatos dan produk biskuit yakni Gery, dan yang terakhir di Pati yang memproduksi produk kacang-kacangan yakni Kacang Garuda dan produk keripik yakni Leo. Semua produk *finished goods* ini nantinya akan dikirim dari pabrik ke 4 DC yang dimiliki oleh induk perusahaan dan berada di Rancaekek, Pati, Gresik, dan Cibitung untuk kemudian dikirim ke depo-depo yang dimiliki oleh SNS untuk selanjutnya dikirimkan ke *customer*. Hingga saat ini, PT. SNS telah memiliki 17 (tujuh belas) wilayah operasi, 128 (seratus dua puluh delapan) depo, 9 (sembilan) NSP (*New SNS Point*), 127 (seratus dua puluh tujuh) *partner* SNS (sub-distributor), dan 7 (tujuh) mitra SNS (*freelance salesman*), dan memiliki lebih dari 294.000 (dua ratus sembilan puluh empat ribu) pelanggan. Area pengiriman PT. Sinarniaga Sejahtera terbagi menjadi tiga rute yakni *General Trade* (GT) yang melayani grosir dan ritel, *Modern Trade* (MT) yang melayani toko seperti *hypermarket*, *supermarket*, dan *minimarket*. Selain itu terdapat satu rute lagi yakni institusi yang melayani kantin dan institusi pemerintah.

Gambar 1.1 Ilustrasi Pendistribusian Produk Barang Jadi PT. Garudafood Putra Putri Jaya Tbk oleh PT. Sinar Niaga Sejahtera



Sumber: data yang diolah

Dari hasil penelitian pendahuluan, PT. SNS dalam melakukan distribusi produk barang jadi PT. Garudafood Putra Putri Jaya Tbk kepada para *customer* menggunakan sistem *Transportation Management System* (TMS) yang bernama Zyllem. Dengan adanya sistem tersebut, setiap *customer* yang dimiliki oleh perusahaan memiliki titik *tagging* sehingga dapat membantu *driver* menemukan toko *customer* untuk mengurangi gagal kirim akibat toko tidak ditemukan. Akan tetapi, sistem yang sudah tersedia dengan sangat baik ini masih kurang dimaksimalkan penggunaannya. Pada bulan Juli 2021 untuk wilayah Jabotabek 1 yang memiliki 11 depo hanya terdapat 4 depo yang memiliki tingkat *tagging validation* diatas 90%, namun hanya terdapat 3 depo yang memiliki tingkat *on location driver* dengan indikator 500 meter diatas 90% yang mana seharusnya tingkat *tagging validation* berbanding lurus dengan tingkat *on location driver*. Depo yang memiliki tingkat *tagging validation* diatas 90% namun pencapaian tingkat *on location driver* rendah ini adalah Depo Cikarang dimana pencapaian *on location driver* dengan indikator 500 meter berada dibawah 70%. Hal ini menandakan bahwa tingkat keakuratan *tagging*

dalam depo tersebut masih rendah dan hal ini dapat menimbulkan inefisiensi dan menjadi tidak responsif. Sebagai contoh, suatu toko memiliki titik *tagging* di Jalan Pasir Kupang sehingga driver akan pergi kearah sana, dan setiba disana ternyata tidak ada toko atau toko salah. Sehingga *driver* harus menelpon *salesman* untuk menanyakan dimana lokasi toko tersebut yang sebenarnya. Kemudian *salesman* baru mengarahkan kepada lokasi yang sesungguhnya yaitu di Jalan Sukamukti. Setelah sampai di Jalan Sukamukti, *driver* tentunya harus mencari toko mana yang sebenarnya karena Jalan Sukamukti cukup panjang dan tentunya disitu terdapat banyak toko retail lainnya yang memiliki bentuk yang sama dan terkadang tidak memiliki nama toko. Hal ini tentunya akan berpengaruh untuk pengiriman toko berikutnya, karena jika nanti *driver* sampai terlalu sore di suatu toko, ada kemungkinan toko tersebut sudah tutup sehingga tingkat kegagalan pengiriman meningkat. Dampak lain dari rendahnya tingkat *tagging validation* adalah *time compliance* yang menjadi rendah, dimana untuk Depo Cikarang pencapaian *time compliance* berada pada nilai dibawah 50%. Dampak dari *time compliance* yang masih rendah ini adalah terciptanya keterlambatan pengiriman ke *customer* dan juga *driver* kembali jauh lebih lama dari yang diperhitungkan oleh sistem Zyllem. Contohnya adalah banyaknya *driver* yang diperhitungkan untuk berangkat dari pukul 08.00 dari depo dan akan kembali lagi pada pukul 15.00 WIB, namun pada realitanya *driver* baru akan kembali kisaran pukul 18.00 WIB keatas. Dampak lain dari rendahnya tingkat *tagging validation* dan *on location driver* adalah tidak dapat dilakukannya *route planning* pada depo tersebut dengan sistem atau yang biasa disebut dengan *dynamic planning*, sehingga masih dilakukan secara manual dan akan membuang banyak waktu kekrja. Berdasarkan kondisi yang didapatkan oleh penulis dari wawancara dengan narasumber, penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“ANALISA PENGARUH TINGKAT KEAKURATAN TAGGING TERHADAP PENCAPAIAN STRATEGIC FIT PADA DEPO CIKARANG, PT. SINAR NIAGA SEJAHTERA”**.

1.2 Rumusan Masalah

1. Sejauh mana tingkat *tagging* yang akurat mempengaruhi jumlah/persentase kegagalan pengiriman dalam Depo Cikarang?
2. Sejauh mana tingkat *tagging* yang akurat mempengaruhi *time compliance* pengiriman dalam Depo Cikarang?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui sejauh mana tingkat *tagging* yang akurat mempengaruhi kegagalan pengiriman dalam Depo Cikarang.
2. Mengetahui sejauh mana tingkat *tagging* yang akurat mempengaruhi *time compliance* pengiriman dalam Depo Cikarang.

1.4 Manfaat Penelitian

- Bagi perusahaan dan perusahaan sejenis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dan masukan bagi perusahaan dan perusahaan sejenis dalam pengambilan keputusan atau kebijakan yang berkaitan dengan manajemen distribusi produk barang jadi untuk mencapai *strategic fit*.
- Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini diharapkan mampu menjadi referensi, acuan, dan sumber informasi bagi peneliti selanjutnya.

1.5 Kerangka Pemikiran

Ditengah banyaknya industri manufaktur makanan dan minuman di Indonesia, perusahaan saling bersaing untuk mengungguli para pesaingnya. Cara yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk bisa mengungguli pesaingnya adalah dengan strategi keunggulan bersaing, dimana terdapat tiga strategi keunggulan bersaing yang dapat dilakukan perusahaan yang salah satunya adalah respon cepat. Respon cepat merupakan seperangkat nilai yang berkaitan dengan waktu pengembangan produk dan pengiriman, serta jadwal yang dapat dipercaya dan performa yang fleksibel (Heizer, Render & Munson, 2017, *page* 39). Dengan perusahaan menggunakan strategi respon cepat sebagai strategi keunggulan bersaing mereka, maka perusahaan akan berfokus untuk memenuhi *service level* yang mereka tentukan dengan mengadopsi tiga nilai yaitu fleksibilitas, keandalan, dan kecepatan. Untuk dapat mencapai strategi keunggulan bersaing, perusahaan harus terlebih dahulu mempertimbangkan sepuluh keputusan kritis dimana salah satunya adalah mengenai rantai pasok. Manajemen rantai pasok adalah koordinasi dari seluruh aktivitas rantai pasok yang terlibat untuk menambah nilai untuk pelanggan (Heizer, Render & Munson, 2017, *page* 444) yang dalam pengambilan keputusannya dipengaruhi oleh fasilitas, inventaris, transportasi, informasi, *sourcing*, dan harga (Chopra & Meindl, 2013, *page* 44-58). Di dalam rantai pasok juga terdapat manajemen distribusi dimana jika rantai pasok berfokus pada bahan yang masuk, manajemen distribusi berfokus pada arus keluar barang (Heizer, Render & Munson, 2017, *page* 459). Terdapat enam macam jaringan distribusi yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk memenuhi ekspektasi pelanggan dimana tiap strategi mempunyai pengaruh kepada berbagai ukuran yaitu waktu respon, variasi produk, ketersediaan produk, pengalaman pelanggan, waktu ke pasar, visibilitas pesanan, dan kemampuan pengembalian (Chopra & Meindl, 2013, *page* 73-83). Namun dari keenam macam jaringan distribusi perusahaan tersebut, tidak ada jaringan yang lebih unggul satu dibandingkan dengan yang lainnya, sehingga sangat penting bagi perusahaan untuk dapat mengevaluasi kemampuan dan tujuan yang dimiliki untuk kemudian memilih jaringan distribusi yang paling sesuai. Dengan menyelaraskan antara jaringan distribusi yang digunakan dengan keunggulan bersaing yang hendak dicapai serta mengetahui tingkat ketidakpastian permintaan, perusahaan dapat

mencapai *strategic fit*. Tujuan dari *strategic fit* adalah untuk mencapai efisiensi yang diharapkan perusahaan. Namun agar mencapai *strategic fit* perusahaan harus menghadapi dua pilihan yakni *supply chain efficiency* atau *supply chain responsiveness* yang mana keduanya saling berlawanan (Chopra & Meindl, 2013, page 19-31). *Efficiency* dalam penelitian ini berkaitan dengan tingkat gagal kirim, sedangkan *responsiveness* dalam penelitian ini berkaitan dengan *time compliance* ketika melakukan pengiriman.

