

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Konsep Rantai Pasokan

Rantai pasokan adalah sistem yang menghubungkan berbagai pihak dalam proses produksi dan distribusi suatu produk, mulai dari pemasok bahan baku hingga produk sampai ke tangan konsumen. Dalam rantai pasokan, berbagai aktivitas seperti pengadaan, produksi, penyimpanan, dan distribusi dikelola agar proses bisnis berjalan efisien dan efektif. Tujuan utama dari rantai pasokan adalah memastikan persediaan barang dengan biaya yang optimal dan waktu yang tepat.

Setiap tahap dalam rantai pasokan saling berkaitan dan harus dikelola dengan baik agar tidak terjadi keterlambatan atau kekurangan stok. Misalnya, jika pemasok bahan baku mengalami keterlambatan, maka produksi juga akan terhambat, yang pada akhirnya mempengaruhi persediaan produk di pasar. Oleh karena itu, perusahaan harus memiliki sistem manajemen rantai pasokan yang baik untuk mengantisipasi berbagai kendala yang mungkin terjadi.

Dalam perkembangannya, teknologi memainkan peran penting dalam rantai pasokan. Penggunaan sistem digital seperti Enterprise Resource Planning (ERP) dan Internet of Things (IoT) membantu meningkatkan efisiensi dan transparansi dalam proses pengelolaan rantai pasokan. Dengan adanya teknologi ini, perusahaan dapat memantau pergerakan barang secara real-time dan mengoptimalkan proses distribusi agar lebih cepat dan akurat.

Namun, rantai pasokan juga menghadapi berbagai tantangan, seperti fluktuasi permintaan pasar, gangguan logistik, dan risiko bencana alam. Oleh karena itu, perusahaan harus memiliki strategi yang fleksibel dan dapat beradaptasi dengan perubahan kondisi. Dengan manajemen yang baik, rantai pasokan dapat berjalan lancar, mengurangi biaya operasional, dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

2.1.1 Pengertian Rantai Pasokan

Rantai pasokan, atau *supply chain*, adalah jaringan yang menghubungkan berbagai entitas dan proses dalam menghasilkan serta mendistribusikan produk atau layanan dari pemasok awal hingga konsumen akhir. Tujuan utama dari rantai pasokan adalah memastikan bahwa produk atau layanan tersedia bagi konsumen dengan efisien, tepat waktu, dan dengan biaya yang optimal

Menurut Putradi (2020:23), rantai pasokan adalah sistem organisasi yang melibatkan berbagai peran serta aktivitas, termasuk aliran informasi, dana, dan sumber daya lainnya yang saling terkait dalam pergerakan produk atau jasa dari pemasok ke konsumen atau pelanggan akhir. Dalam definisi ini, rantai pasokan tidak hanya mencakup proses fisik dalam produksi dan distribusi, tetapi juga mencakup manajemen informasi dan dana yang diperlukan untuk memastikan kelancaran operasional. Rantai pasokan yang efektif akan mengintegrasikan berbagai aspek ini secara harmonis sehingga dapat meningkatkan efisiensi dan kepuasan pelanggan.

Menurut Radhi & Hariningsih (2019:51), rantai pasokan merupakan jaringan fisik yang mencakup semua perusahaan yang berperan dalam memasok bahan baku, memproduksi barang, hingga mengirimkannya ke konsumen akhir. Definisi ini menekankan bahwa rantai pasokan terdiri dari berbagai entitas yang bekerja sama dalam satu sistem yang saling terhubung. Setiap perusahaan dalam rantai pasokan memiliki peran masing-masing, mulai dari pengadaan bahan baku, proses manufaktur, hingga distribusi ke pasar. Efisiensi dalam jaringan ini sangat penting agar barang dapat sampai ke pelanggan dengan kualitas dan waktu yang optimal.

Menurut LingLi (2020:31), rantai pasokan menekankan semua aktivitas dalam memenuhi kebutuhan konsumen, termasuk aliran dan transformasi barang dari bahan baku hingga konsumen akhir, serta aliran informasi dan uang yang menyertainya. Ling Li menyoroti pentingnya koordinasi antara aliran fisik, informasi, dan finansial dalam rantai pasokan. Proses transformasi barang dari bahan mentah menjadi produk

jadi melibatkan banyak pihak yang harus bekerja secara sinergis. Selain itu, informasi yang akurat dan sistem keuangan yang sehat sangat diperlukan agar setiap tahap dalam rantai pasokan dapat berjalan tanpa kendala.

Menurut Chopra & Meindl (2021:41), rantai pasokan terdiri dari semua tahap yang terlibat, baik secara langsung maupun tidak langsung, dalam memenuhi permintaan pelanggan, termasuk produsen, pemasok, pengangkut, gudang, pengecer, dan bahkan pelanggan itu sendiri. Dalam pandangan ini, rantai pasokan mencakup berbagai elemen yang tidak hanya terkait dengan produksi dan distribusi, tetapi juga interaksi dengan pelanggan. Rantai pasokan yang terorganisir dengan baik mampu menyesuaikan kebutuhan pelanggan dengan produksi, sehingga dapat mengurangi pemborosan dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Selain itu, keberadaan pelanggan dalam rantai pasokan menunjukkan bahwa feedback dari mereka juga memengaruhi proses produksi dan distribusi.

Menurut Russell & Taylor (2021:30), rantai pasokan adalah proses mengelola arus informasi, produk, serta pelayanan di seluruh jaringan yang melibatkan pelanggan, perusahaan, hingga pemasok. Definisi ini menekankan pentingnya manajemen yang efektif dalam rantai pasokan. Dengan pengelolaan yang baik, perusahaan dapat mengurangi biaya operasional, meningkatkan efisiensi logistik, dan mempercepat waktu pengiriman. Teknologi juga memiliki peran penting dalam manajemen rantai pasokan, terutama dalam hal pelacakan produk, otomatisasi gudang, serta analisis data untuk pengambilan keputusan yang lebih baik..

Dari berbagai definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa rantai pasokan merupakan sistem kompleks yang melibatkan banyak pihak dan aktivitas dalam memastikan produk atau jasa sampai ke tangan konsumen dengan cara yang efisien. Manajemen yang baik dalam rantai pasokan tidak hanya berfokus pada pengadaan dan distribusi barang, tetapi juga mencakup informasi, keuangan, dan pelayanan yang terintegrasi. Dengan adanya strategi yang tepat dan pemanfaatan teknologi, rantai pasokan

dapat berjalan lebih efektif, memberikan keuntungan bagi perusahaan, serta meningkatkan kepuasan pelanggan.

2.1.2 Komponen Utama dalam Rantai Pasokan

Rantai pasokan adalah jaringan yang menghubungkan berbagai entitas dan aktivitas dalam proses produksi hingga distribusi produk atau layanan kepada konsumen akhir. Tujuan utamanya adalah memastikan produk tersedia dalam jumlah yang tepat, di lokasi yang tepat, dan pada waktu yang tepat, sambil meminimalkan biaya dan memenuhi kebutuhan pelanggan.

Menurut Lukman (2021), Rantai pasok merupakan rangkaian aktivitas yang terlibat dalam menghantarkan produk dari bahan baku kepada pelanggan, mencakup sumber bahan baku, manufaktur, perakitan, pergudangan, manajemen pesanan, distribusi, pengiriman, serta sistem informasi yang diperlukan untuk memantau seluruh kegiatan.

Menurut Stevenson (2020:17), terdapat beberapa komponen utama dalam rantai pasokan adalah sebagai berikut:

1) Perencanaan (*Plan*)

Perencanaan dalam rantai pasokan merupakan tahap awal yang menentukan strategi pengelolaan seluruh proses bisnis, mulai dari produksi hingga distribusi. Tahapan ini melibatkan peramalan permintaan, penentuan kapasitas produksi, serta pengelolaan Persediaan agar dapat memenuhi kebutuhan pelanggan secara efisien. Selain itu, perencanaan juga mencakup pemilihan pemasok, penjadwalan produksi, dan strategi logistik. Dengan perencanaan yang baik, perusahaan dapat mengoptimalkan penggunaan sumber daya, mengurangi biaya operasional, serta meningkatkan kepuasan pelanggan.

2) Pengadaan (*Source*)

Pengadaan adalah proses memperoleh bahan baku atau komponen yang dibutuhkan dalam produksi dari pemasok yang telah dipilih. Proses ini mencakup pemilihan dan evaluasi pemasok, negosiasi kontrak, hingga pemantauan kualitas dan keberlanjutan pasokan.

Pengadaan yang baik akan memastikan bahwa bahan baku tersedia tepat waktu dengan kualitas yang sesuai, sehingga tidak menghambat proses produksi. Selain itu, hubungan yang baik dengan pemasok dapat meningkatkan efisiensi operasional dan mengurangi risiko keterlambatan atau kekurangan stok

3) Produksi (*Make*)

Produksi merupakan tahap inti dalam rantai pasokan, di mana bahan baku diolah menjadi produk jadi yang siap dipasarkan. Proses ini mencakup perakitan, manufaktur, pengemasan, hingga pengujian kualitas produk sebelum didistribusikan. Efisiensi dalam proses produksi sangat penting untuk menjaga biaya produksi tetap rendah dan memastikan produk memiliki kualitas yang baik. Dengan sistem produksi yang terencana dengan baik, perusahaan dapat memenuhi permintaan pasar secara optimal dan meningkatkan daya saingnya

4) Pengiriman (*Deliver*)

Pengiriman atau distribusi adalah tahap di mana produk yang telah diproduksi dikirimkan kepada pelanggan atau distributor. Proses ini melibatkan manajemen gudang, sistem transportasi, dan layanan pelanggan untuk memastikan produk sampai ke tujuan dengan tepat waktu dan kondisi yang baik. Pengelolaan logistik yang baik dapat mengurangi biaya pengiriman dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Perusahaan juga dapat menggunakan teknologi pelacakan untuk memastikan transparansi dalam proses distribusi dan memberikan informasi yang akurat kepada pelanggan

5) Pengembalian (*Return*)

Pengembalian merupakan tahap yang mengatur proses jika terjadi retur produk dari pelanggan akibat kerusakan, cacat, atau ketidaksesuaian pesanan. Sistem pengembalian yang baik memungkinkan perusahaan untuk menangani keluhan pelanggan dengan cepat dan efisien, sehingga meningkatkan kepercayaan terhadap merek. Selain itu, perusahaan dapat melakukan evaluasi terhadap produk yang dikembalikan untuk memperbaiki kualitas dan

mencegah kesalahan yang sama di masa depan. Dengan manajemen pengembalian yang baik, perusahaan dapat mengurangi risiko kerugian dan menjaga loyalitas pelanggan.

2.1.3 Tantangan dalam Manajemen Rantai Pasokan

Manajemen rantai pasokan merupakan aspek penting dalam kelancaran distribusi barang dan jasa dari produsen hingga konsumen. Namun, dalam praktiknya, banyak tantangan yang dihadapi oleh perusahaan maupun pelaku usaha, terutama dalam menyesuaikan diri dengan perubahan pasar dan teknologi. Beberapa tantangan utama meliputi ketidakstabilan harga bahan baku, keterlambatan pengiriman, kurangnya koordinasi antar mitra bisnis, serta perubahan permintaan pasar yang tidak terduga. Selain itu, faktor eksternal seperti bencana alam, pandemi, dan kebijakan pemerintah juga dapat mengganggu kelancaran rantai pasokan.

Menurut Chopra dan Meindl (2021:34), salah satu tantangan utama dalam manajemen rantai pasokan adalah ketidakpastian permintaan dan pasokan yang menyebabkan inefisiensi dalam proses distribusi. Berikut beberapa tantangan utama dalam manajemen rantai pasokan adalah:

1. Ketidakpastian Permintaan dan Pasokan

Ketidakpastian dalam permintaan dan pasokan merupakan tantangan utama dalam rantai pasokan. Perubahan tren pasar, perilaku konsumen yang tidak stabil, dan faktor eksternal seperti kondisi ekonomi dapat menyebabkan permintaan sulit diprediksi. Di sisi lain, pasokan juga dapat terganggu oleh berbagai faktor, seperti persediaan bahan baku, cuaca ekstrem, atau kebijakan impor. Ketidakpastian ini dapat mengakibatkan kelebihan atau kekurangan stok yang berdampak pada efisiensi bisnis.

2. Keterlambatan Distribusi

Distribusi yang lambat dapat menghambat persediaan produk di pasar dan mengurangi kepuasan pelanggan. Penyebab keterlambatan bisa berasal dari berbagai faktor, seperti masalah logistik, kemacetan transportasi, atau kendala di bea cukai. Jika tidak dikelola dengan

baik, keterlambatan ini dapat meningkatkan biaya operasional serta menurunkan daya saing perusahaan. Oleh karena itu, perencanaan distribusi yang matang sangat diperlukan untuk meminimalkan risiko keterlambatan

3. Kurangnya Koordinasi antar Pihak

Manajemen rantai pasokan melibatkan banyak pihak, mulai dari pemasok, produsen, distributor, hingga pengecer. Kurangnya koordinasi di antara pihak-pihak ini dapat menyebabkan ketidakseimbangan pasokan, informasi yang tidak akurat, atau bahkan duplikasi kerja. Misalnya, jika pemasok tidak mendapat informasi akurat mengenai permintaan pasar, mereka dapat memasok bahan dalam jumlah yang tidak sesuai, yang pada akhirnya berdampak pada produksi dan distribusi

4. Fluktuasi Harga Bahan Baku

Harga bahan baku yang tidak stabil menjadi tantangan besar dalam rantai pasokan. Faktor-faktor seperti nilai tukar mata uang, kebijakan pemerintah, dan persediaan bahan mentah di pasar global dapat menyebabkan harga bahan baku naik turun secara drastis. Hal ini berdampak langsung pada biaya produksi dan margin keuntungan perusahaan. Untuk mengatasi masalah ini, perusahaan dapat menerapkan strategi seperti kontrak jangka panjang dengan pemasok atau mencari alternatif bahan baku yang lebih stabil

5. Ketergantungan pada Pihak Ketiga

Banyak perusahaan bergantung pada pihak ketiga, seperti pemasok bahan baku, perusahaan logistik, atau penyedia teknologi. Ketergantungan ini dapat menjadi risiko jika salah satu pihak mengalami kendala, seperti keterlambatan pengiriman, kebangkrutan, atau kualitas produk yang tidak memenuhi standar. Untuk mengurangi risiko ini, perusahaan dapat melakukan diversifikasi pemasok dan menjalin kemitraan yang lebih erat dengan mitra bisnis utama

6. Gangguan Eksternal

Gangguan eksternal seperti bencana alam, pandemi, atau ketegangan geopolitik dapat menyebabkan rantai pasokan terganggu secara signifikan. Misalnya, pandemi COVID-19 telah menyebabkan banyak pabrik tutup dan distribusi global terhambat. Faktor eksternal ini sulit diprediksi, tetapi perusahaan dapat meningkatkan ketahanan rantai pasokan dengan membangun cadangan stok, memperluas jaringan pemasok, dan menerapkan teknologi digital untuk meningkatkan fleksibilitas operasional

7. Keamanan Siber dalam Rantai Pasokan

Di era digital, banyak perusahaan mengandalkan sistem berbasis teknologi untuk mengelola rantai pasokan mereka. Namun, hal ini juga meningkatkan risiko serangan siber yang dapat mengganggu operasional. Peretasan data, pencurian informasi pelanggan, dan malware dapat menyebabkan gangguan serius dalam sistem rantai pasokan.

2.1.4 Peran dan Fungsi Rantai Pasokan dalam Distribusi

Menurut Heizer dan Render (2021:41), Manajemen rantai pasokan adalah rangkaian aktivitas terintegrasi, mulai dari pengadaan material dan layanan, mengubahnya menjadi barang setengah jadi atau barang jadi, hingga mendistribusikannya kepada konsumen. Peran dan Fungsi Rantai Pasokan dalam Distribusi adalah sebagai berikut:

1. Penghubung antara Produsen dan Konsumen

Rantai pasokan berperan sebagai jembatan yang menghubungkan produsen dengan konsumen. Dalam proses ini, berbagai pihak seperti pemasok bahan baku, manufaktur, distributor, dan pengecer bekerja sama untuk memastikan produk sampai ke tangan pelanggan dengan lancar. Jika rantai pasokan dikelola dengan baik, produk dapat dikirim dengan lebih cepat dan efisien, sehingga kebutuhan pasar terpenuhi tepat waktu.

2. Pengelolaan Persediaan

Manajemen Persediaan yang efektif adalah salah satu elemen penting dalam rantai pasokan. Dengan pengelolaan yang baik,

perusahaan dapat memastikan bahwa mereka memiliki stok yang cukup untuk memenuhi permintaan tanpa harus menanggung biaya penyimpanan yang berlebihan. Teknologi seperti sistem manajemen inventaris berbasis digital membantu perusahaan dalam memantau stok secara real-time, menghindari kekurangan atau kelebihan barang, serta mempercepat proses distribusi ke pelanggan.

3. Efisiensi Operasional

Efisiensi operasional dalam rantai pasokan mencakup pengurangan waktu produksi, optimalisasi pengiriman, dan penggunaan sumber daya yang lebih efektif. Dengan sistem logistik yang baik, perusahaan dapat menekan biaya produksi dan distribusi, yang pada akhirnya meningkatkan keuntungan. Selain itu, dengan penerapan teknologi seperti otomatisasi dan analisis data, perusahaan dapat mengidentifikasi hambatan dalam proses rantai pasokan dan segera mengambil tindakan untuk memperbaikinya.

4. Peningkatan Kepuasan Pelanggan

Salah satu tujuan utama dari manajemen rantai pasokan yang baik adalah meningkatkan kepuasan pelanggan. Dengan pengiriman yang tepat waktu, kualitas produk yang terjaga, dan layanan purna jual yang responsif, pelanggan akan merasa lebih puas. Pelanggan yang puas cenderung lebih loyal terhadap merek dan berpotensi memberikan rekomendasi kepada orang lain, yang berdampak positif bagi pertumbuhan bisnis.

5. Ekspansi Pasar

Rantai pasokan yang efektif memungkinkan perusahaan untuk memperluas jangkauan pasar mereka. Dengan sistem distribusi yang terorganisir dan kemitraan strategis dengan berbagai pihak, perusahaan dapat menjangkau pelanggan di wilayah yang lebih luas, termasuk pasar internasional. Teknologi digital dan e-commerce juga semakin memperkuat ekspansi pasar,

memungkinkan produk untuk diakses oleh lebih banyak konsumen tanpa hambatan geografis yang signifikan

2.1.5 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Efektivitas Rantai Pasokan.

Menurut Menurut Kotler dan Keller (2019), pemasaran online adalah aktivitas pemasaran yang dilakukan melalui media digital untuk menjangkau konsumen dengan cara yang lebih personal, cepat, dan efisien. Mereka menekankan bahwa pemasaran online memungkinkan perusahaan untuk membangun hubungan yang lebih baik dengan pelanggan melalui platform yang interaktif dan berbasis data..

Berikut adalah faktor-faktor yang mempengaruhi Keberhasilan Pemasaran Online adalah Sebagai Berikut:

1. Konten yang Relevan dan Berkualitas

Konten adalah elemen kunci dalam pemasaran online. Menurut Pulizzi (2019), konten yang menarik, informatif, dan relevan dengan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan interaksi dan loyalitas pelanggan. Konten yang berkualitas juga dapat meningkatkan visibilitas merek di mesin pencari melalui optimasi SEO.

2. Pemilihan Platform yang Tepat

Menurut Ryan dan Jones (2020), pemilihan platform digital yang sesuai dengan target audiens sangat penting untuk keberhasilan pemasaran online. Media sosial, situs web, atau email marketing harus dipilih berdasarkan demografi, preferensi, dan kebiasaan konsumen.

3. Penggunaan Data dan Analitik

Data adalah aset penting dalam pemasaran online. Chaffey (2020) menyatakan bahwa analitik digital membantu perusahaan untuk memahami perilaku konsumen, mengevaluasi efektivitas kampanye, dan membuat keputusan yang lebih baik. Penggunaan data memungkinkan perusahaan untuk menyusun strategi yang lebih tepat sasaran.

4. Interaktivitas dengan Konsumen

Menurut Weber (2021), keberhasilan pemasaran online bergantung pada kemampuan perusahaan untuk menjalin komunikasi dua arah dengan konsumen. Interaksi yang aktif melalui komentar, pesan langsung, atau forum dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap merek.

5. Kecepatan dan Kinerja Teknologi

Strauss dan Frost (2020) menyatakan bahwa kecepatan akses situs web, kemudahan navigasi, dan keamanan transaksi online sangat memengaruhi pengalaman pelanggan. Teknologi yang responsif dan andal akan mendorong konsumen untuk lebih percaya dan nyaman menggunakan layanan online.

6. Kepercayaan dan Reputasi Merek

Menurut Kumar dan Sharma (2022), membangun kepercayaan konsumen adalah faktor kunci dalam pemasaran online. Ulasan positif, testimoni, dan sertifikasi keamanan online dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan.

7. Adaptasi terhadap Perubahan Tren

Pemasaran online sangat dinamis. Stokes (2021) menekankan bahwa perusahaan harus selalu mengikuti tren terbaru, seperti fitur baru di media sosial atau perubahan algoritma mesin pencari, untuk tetap relevan dan kompetitif di pasar.

8. Strategi Promosi yang Efektif

Menurut Kotler dan Keller (2019), promosi yang kreatif dan menarik perhatian audiens dapat mendorong keberhasilan pemasaran online. Diskon, kampanye viral, dan hadiah melalui platform digital adalah beberapa cara untuk menarik minat konsumen.

2.1.6 Indikator Rantai Pasokan

Menurut Li *et.al* (2020), menjabarkan indikator-indikator dari rantai pasokan adalah sebagai berikut:

1. Kemitraan Pemasok Strategis

Kemitraan pemasok strategis adalah hubungan jangka panjang yang dibangun antara pelaku usaha dengan pemasok utama mereka. Tujuan dari kemitraan ini adalah untuk menciptakan saling percaya dan saling menguntungkan. Dalam kemitraan seperti ini, pemasok tidak hanya berperan sebagai penyedia bahan baku, tetapi juga sebagai mitra dalam peningkatan kualitas dan efisiensi produksi. Kerja sama yang baik dengan pemasok strategis dapat membantu menjaga kestabilan pasokan bahan baku, kualitas bahan yang lebih terjamin, serta harga yang lebih kompetitif

2. Hubungan dengan Pelanggan

Hubungan dengan pelanggan merujuk pada cara sebuah usaha menjalin komunikasi, kepercayaan, dan loyalitas dengan konsumen atau pengguna produk. Hubungan ini penting untuk menjaga kepuasan pelanggan dan menciptakan pembeli yang setia. Hubungan yang baik biasanya dibangun melalui pelayanan yang ramah, kualitas produk yang konsisten, penanganan keluhan yang cepat, serta keterbukaan terhadap masukan dari pelanggan. Menjaga hubungan baik ini juga bisa menjadi strategi pemasaran yang efektif karena pelanggan yang puas cenderung merekomendasikan produk kepada orang lain.

3. Berbagi Informasi

Berbagi informasi adalah proses saling memberikan data atau pengetahuan penting antara dua pihak yang bekerja sama, seperti antara pelaku usaha dengan pemasok atau pelanggan. Informasi yang dibagikan bisa berupa data tentang permintaan pasar, jadwal pengiriman, stok bahan baku, atau perubahan harga. Dengan adanya transparansi dan komunikasi yang baik, kedua pihak dapat membuat keputusan yang lebih cepat dan tepat, serta menghindari kesalahan dalam operasional. Berbagi informasi menjadi landasan penting dalam menciptakan koordinasi yang baik dalam sebuah jaringan usaha.

4. Tingkat Berbagi Informasi

Tingkat berbagi informasi menunjukkan seberapa banyak, seberapa sering, dan seberapa dalam informasi dibagikan antara pihak-pihak yang terlibat. Tingkat ini bisa tinggi atau rendah, tergantung pada kepercayaan yang terbangun, sistem komunikasi yang digunakan, serta komitmen kerja sama. Semakin tinggi tingkat berbagi informasi, maka semakin besar peluang terciptanya efisiensi, akurasi pengambilan keputusan, dan kesesuaian antara kebutuhan dan penyediaan barang atau jasa. Namun, tingkat berbagi informasi juga harus memperhatikan kerahasiaan dan kepentingan strategis masing-masing pihak.

2.2 Persediaan

2.1.1 Pengertian Persediaan

Persediaan merupakan aset penting dalam operasional perusahaan, berupa bahan atau barang yang disimpan untuk digunakan dalam proses produksi atau dijual kembali guna memenuhi permintaan pelanggan.

Menurut Rudianto (2020:12), Persediaan tidak hanya terdiri dari barang jadi yang siap dijual, tetapi juga mencakup bahan baku dan barang dalam proses yang belum selesai diproduksi. Manajemen Persediaan yang baik sangat diperlukan untuk menjaga keseimbangan antara permintaan dan persediaan barang guna menghindari kekurangan atau kelebihan stok yang dapat mempengaruhi efisiensi operasional dan profitabilitas perusahaan.

Menurut Sartono (2020:37), Sebagai bagian dari aktiva lancar, Persediaan memiliki peran penting dalam menjaga kelangsungan operasi bisnis. Karena jumlahnya yang cukup besar, pengelolaan Persediaan harus dilakukan dengan perencanaan yang matang untuk menghindari penumpukan barang yang tidak produktif atau kekurangan barang yang dapat menghambat proses bisnis. Oleh karena itu, perusahaan perlu menerapkan strategi pengelolaan Persediaan yang efisien untuk mengoptimalkan modal kerja.

Menurut Kasmir (2020:40), Persediaan disimpan dalam gudang sebagai cadangan untuk memastikan persediaan bahan baku atau produk jadi sesuai dengan kebutuhan pasar atau proses produksi. Penyimpanan Persediaan harus memperhatikan faktor seperti kapasitas gudang, umur simpan barang, serta biaya penyimpanan agar dapat meminimalkan risiko kerusakan atau kehilangan. Manajemen Persediaan yang baik akan membantu perusahaan dalam memenuhi permintaan pasar tepat waktu dan mengurangi pemborosan sumber daya.

Menurut Alexandri (2021:21), Persediaan tidak hanya sebatas barang jadi yang siap dijual, tetapi juga mencakup barang dalam proses produksi dan bahan baku yang belum digunakan. Hal ini menunjukkan bahwa Persediaan merupakan aset strategis bagi perusahaan yang harus dikelola dengan baik untuk menjaga kelancaran produksi dan menjaga stabilitas pasokan kepada pelanggan. Pengelolaan Persediaan yang buruk dapat menyebabkan ketidakseimbangan produksi dan mengganggu arus kas perusahaan.

Menurut Kieso (2020:31), Persediaan merupakan bagian dari aset perusahaan yang akan dikonversi menjadi pendapatan melalui penjualan atau produksi lebih lanjut. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk memiliki sistem pencatatan dan pengendalian yang baik agar Persediaan dapat dikelola secara optimal. Kesalahan dalam pengelolaan Persediaan dapat berdampak pada efisiensi operasional, baik dalam hal produksi maupun distribusi barang kepada konsumen.

Dari berbagai definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa Persediaan merupakan aset penting bagi perusahaan yang mencakup barang jadi, bahan baku, dan barang dalam proses. Manajemen Persediaan yang baik sangat diperlukan untuk menjaga keseimbangan antara permintaan dan persediaan barang guna menghindari kekurangan atau kelebihan stok. Pengelolaan Persediaan yang optimal akan membantu perusahaan dalam menjaga kelangsungan produksi, efisiensi operasional, dan profitabilitas.

2.2.2 Fungsi Persediaan

Menurut Heizer (2020:41), Persediaan berfungsi untuk menyediakan pilihan barang guna memenuhi permintaan konsumen yang diantisipasi, serta melindungi perusahaan dari fluktuasi permintaan. Dan memiliki beberapa fungsi adalah sebagai berikut:

1. Memenuhi Permintaan Pelanggan

Persediaan yang cukup memastikan bahwa perusahaan dapat memenuhi kebutuhan pelanggan tanpa keterlambatan. Jika stok tersedia dalam jumlah yang memadai, maka pelanggan tidak perlu menunggu terlalu lama, sehingga kepuasan pelanggan meningkat dan perusahaan dapat mempertahankan loyalitas pasar.

2. Mengatasi Fluktuasi Permintaan

Permintaan pasar tidak selalu stabil; terkadang meningkat secara tiba-tiba atau menurun dalam periode tertentu. Dengan memiliki Persediaan yang cukup, perusahaan dapat mengantisipasi lonjakan permintaan dan tetap dapat melayani pelanggan tanpa harus meningkatkan produksi secara mendadak yang bisa berisiko meningkatkan biaya operasional.

3. Memanfaatkan Diskon Pembelian

Dalam banyak kasus, pemasok menawarkan diskon untuk pembelian dalam jumlah besar. Dengan membeli dalam jumlah banyak saat harga lebih rendah, perusahaan dapat menghemat biaya pembelian bahan baku atau barang dagangan. Hal ini dapat meningkatkan efisiensi biaya dan profitabilitas

4. Menghindari Kekurangan Stok

Kekurangan stok dapat menyebabkan gangguan dalam produksi atau penjualan. Jika stok habis, perusahaan bisa kehilangan pelanggan, kehilangan pendapatan, dan bahkan kehilangan kepercayaan dari pelanggan. Harga bahan baku atau barang dagangan bisa meningkat akibat inflasi. Dengan menyimpan Persediaan dalam jumlah yang cukup sebelum harga naik, perusahaan dapat mengurangi dampak negatif inflasi dan menjaga stabilitas biaya produksi atau harga jual.

5. Melindungi dari Inflasi

Harga bahan baku atau barang dagangan bisa meningkat akibat inflasi. Dengan menyimpan Persediaan dalam jumlah yang cukup sebelum harga naik, perusahaan dapat mengurangi dampak negatif inflasi dan menjaga stabilitas biaya produksi atau harga jual.

6. Menjaga Kelancaran Produksi

Dalam industri manufaktur, Persediaan bahan baku harus selalu tersedia agar proses produksi tidak terhambat. Jika bahan baku habis, maka produksi harus dihentikan sementara, yang dapat menyebabkan keterlambatan pengiriman produk ke pelanggan dan peningkatan biaya operasional.

7. Mengantisipasi Musim Produksi

Beberapa produk memiliki siklus produksi yang bergantung pada musim, seperti produk pertanian atau barang musiman lainnya. Dengan menyimpan stok sebelum musim produksi berakhir, perusahaan dapat memastikan pasokan tetap tersedia meskipun produksi tidak berlangsung sepanjang tahun.

2.2.3 Jenis-Jenis Persediaan

Menurut Handoko (2020:19), mengelompokkan jenis-jenis Persediaan adalah sebagai berikut:

1. Persediaan Bahan Mentah

Persediaan bahan mentah adalah bahan dasar yang digunakan dalam proses produksi untuk menghasilkan barang jadi. Bahan ini belum mengalami proses pengolahan apa pun. Contohnya, dalam industri makanan, bahan mentah bisa berupa gandum untuk produksi tepung, sementara dalam industri otomotif bisa berupa baja atau aluminium untuk pembuatan suku cadang. Manajemen bahan mentah yang baik penting untuk menghindari kekurangan bahan yang dapat menghambat produksi.

2. Persediaan Komponen Rakitan

Persediaan ini terdiri dari bagian-bagian atau komponen yang sudah dibuat dan siap dirakit menjadi produk akhir. Biasanya digunakan dalam industri manufaktur seperti elektronik dan otomotif. Misalnya,

dalam industri smartphone, layar, baterai, dan chipset adalah komponen rakitan yang perlu tersedia sebelum dirakit menjadi produk jadi. Pengelolaan Persediaan ini harus dilakukan dengan baik agar tidak terjadi keterlambatan dalam perakitan produk.

3. Persediaan Bahan Pembantu atau Penolong

Persediaan ini mencakup bahan yang digunakan dalam proses produksi tetapi bukan bagian utama dari produk jadi. Bahan pembantu ini mendukung produksi atau meningkatkan kualitas produk akhir. Contohnya, dalam industri tekstil, pewarna kain adalah bahan penolong, sedangkan dalam industri makanan, bahan pengawet bisa termasuk dalam kategori ini. Walaupun jumlahnya lebih kecil dibandingkan bahan utama, bahan pembantu tetap perlu dikelola dengan baik untuk menjaga efisiensi produksi

4. Persediaan Barang Dalam Proses

Barang dalam proses adalah barang yang sedang dalam tahap produksi tetapi belum sepenuhnya selesai. Produk ini sudah mengalami beberapa tahapan produksi tetapi masih memerlukan langkah tambahan sebelum bisa dijual sebagai barang jadi. Contohnya, dalam industri otomotif, kerangka mobil yang belum dipasang mesin dan interiornya dianggap sebagai barang dalam proses. Manajemen barang dalam proses yang baik membantu mengurangi waktu produksi dan memastikan kelancaran operasional.

5. Persediaan Barang Jadi

Barang jadi adalah produk yang telah selesai diproduksi dan siap untuk dijual kepada pelanggan atau didistribusikan ke pasar. Contohnya, dalam industri makanan, roti kemasan siap jual termasuk dalam kategori barang jadi. Persediaan barang jadi harus dikontrol dengan baik agar tidak mengalami kelebihan stok (*overstock*) yang dapat menyebabkan pemborosan, terutama untuk produk dengan masa simpan terbatas

6. *Batch Stock*

Batch stock adalah Persediaan yang diproduksi dalam jumlah tertentu pada satu waktu berdasarkan pesanan atau jadwal produksi. Produksi dalam batch ini sering digunakan untuk meningkatkan efisiensi dan mengurangi biaya produksi. Misalnya, dalam industri farmasi, obat-obatan diproduksi dalam batch untuk memastikan standar kualitas yang konsisten. Manajemen batch stock yang baik membantu menghindari kelebihan atau kekurangan produksi serta memastikan bahwa produk tetap segar dan sesuai dengan permintaan pasar.

2.2.4 Biaya-Biaya Persediaan

Menurut Assauri (2020:15), Biaya Persediaan adalah total pengeluaran yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk memperoleh, menyimpan, dan mengelola barang atau bahan yang disimpan sebagai Persediaan. Biaya ini mencakup berbagai aspek yang diperlukan untuk memastikan persediaan barang guna memenuhi permintaan pelanggan dan kelancaran proses produksi. beberapa jenis biaya Persediaan adalah sebagai berikut:

1. **Biaya Pemesanan**

Biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk memesan Persediaan dari pemasok atau vendor. Biaya ini mencakup administrasi pemesanan, pengangkutan, inspeksi barang, serta biaya komunikasi dengan pemasok. Biaya pemesanan cenderung meningkat jika frekuensi pemesanan tinggi, namun dapat dikurangi dengan melakukan pemesanan dalam jumlah besar

2. **Biaya Penyimpanan**

Biaya yang timbul akibat penyimpanan barang dalam gudang atau fasilitas penyimpanan lainnya. Biaya ini mencakup sewa gudang, asuransi, utilitas (listrik, air), perawatan fasilitas, serta biaya keamanan. Semakin banyak Persediaan yang disimpan, semakin besar biaya penyimpanan yang harus ditanggung perusahaan

3. **Biaya Kekurangan Persediaan.**

Biaya yang timbul jika suatu perusahaan kehabisan stok Persediaan dan tidak dapat memenuhi permintaan pelanggan. Biaya ini bisa berupa kehilangan penjualan, hilangnya pelanggan, serta denda atau penalti akibat keterlambatan pengiriman barang. Kekurangan Persediaan juga dapat menyebabkan gangguan dalam proses produksi jika bahan baku tidak tersedia

4. Biaya Penyiapan

Biaya yang dikeluarkan untuk menyiapkan produksi atau pemrosesan barang dalam jumlah tertentu. Biaya ini mencakup tenaga kerja untuk menyesuaikan mesin, waktu henti produksi saat melakukan setup, serta biaya penggunaan alat atau mesin yang diperlukan sebelum produksi berjalan. Biaya ini dapat dikurangi dengan menerapkan efisiensi dalam sistem produksi.

5. Biaya Keusangan

Biaya yang muncul akibat barang yang sudah tidak dapat digunakan, dijual, atau memiliki nilai yang menurun karena terlalu lama disimpan. Keusangan Persediaan bisa disebabkan oleh perubahan teknologi, tren pasar, atau umur simpan barang yang sudah melewati batas waktu tertentu. Perusahaan perlu mengelola stok dengan baik agar tidak mengalami kerugian akibat barang yang tidak laku atau kedaluwarsa.

2.2.5 Model-Model Persediaan

Manajemen Persediaan adalah proses pengelolaan dan pengendalian barang atau bahan yang dimiliki perusahaan untuk mendukung proses produksi atau memenuhi permintaan pelanggan. Tujuan utama dari manajemen Persediaan adalah memastikan persediaan barang yang tepat dalam jumlah yang tepat pada waktu yang tepat, sambil meminimalkan biaya terkait. Berikut beberapa model Persediaan yang umum digunakan:

1. *Economic Order Quantity*

Economic Order Quantity (EOQ) adalah metode pengelolaan Persediaan yang digunakan untuk menentukan jumlah pesanan optimal guna meminimalkan total biaya Persediaan, yang mencakup biaya pemesanan dan biaya penyimpanan. Model EOQ membantu perusahaan dalam menghindari kelebihan stok yang dapat meningkatkan biaya penyimpanan, serta kekurangan stok yang dapat menghambat proses produksi atau penjualan. Dengan menghitung EOQ, perusahaan dapat menentukan jumlah pesanan yang paling efisien berdasarkan tingkat permintaan dan biaya operasional yang terkait.

2. *Periodic Review System*

Periodic Review System adalah metode pengelolaan Persediaan di mana stok diperiksa dan diperbarui pada interval waktu yang tetap. Dalam sistem ini, perusahaan tidak melakukan pemesanan setiap kali stok habis, tetapi hanya pada waktu-waktu tertentu yang telah ditentukan. Jumlah pemesanan ditentukan berdasarkan perbedaan antara stok yang tersedia dan tingkat Persediaan yang diinginkan. Sistem ini sering digunakan dalam bisnis yang memiliki permintaan yang bervariasi atau sulit diprediksi, karena memberikan fleksibilitas dalam perencanaan Persediaan tanpa perlu memantau stok secara terus-menerus.

3. *Material Requirement Planning*

Material Requirement Planning (MRP) adalah sistem perencanaan kebutuhan material yang digunakan untuk menentukan jumlah dan waktu pemesanan bahan baku dalam proses produksi. MRP bekerja berdasarkan data dari jadwal produksi utama (*Master Production Schedule*), daftar kebutuhan bahan (*Bill of Materials*), dan data Persediaan yang tersedia. Dengan MRP, perusahaan dapat menghindari kelebihan atau kekurangan bahan baku, meningkatkan efisiensi produksi, serta mengurangi pemborosan sumber daya. Sistem ini banyak diterapkan dalam industri manufaktur untuk

memastikan bahwa bahan baku tersedia tepat waktu sesuai dengan jadwal produksi

4. *Just-In-Time*

Just-In-Time (JIT) adalah strategi manajemen Persediaan yang bertujuan untuk mengurangi jumlah stok yang disimpan dengan hanya memesan atau memproduksi barang ketika dibutuhkan. Sistem ini membantu perusahaan dalam menghemat biaya penyimpanan, mengurangi risiko barang usang, dan meningkatkan efisiensi operasional. Namun, JIT membutuhkan koordinasi yang sangat baik dengan pemasok dan sistem produksi yang stabil agar bahan baku selalu tersedia tepat waktu. Pendekatan ini banyak digunakan dalam industri otomotif dan manufaktur yang berorientasi pada efisiensi dan pengurangan limbah

2.2.6 Indikator Persediaan

Menurut Sofyan Assauri (2020:248), Ada empat indikator Persediaan adalah sebagai berikut:

1. Kuantitas pemesanan ekonomis

Kuantitas Pemesanan Ekonomis adalah jumlah pesanan optimal yang harus dilakukan perusahaan untuk meminimalkan total biaya Persediaan, yang mencakup biaya pemesanan dan biaya penyimpanan. Konsep ini membantu perusahaan menentukan jumlah barang yang harus dipesan dalam satu waktu agar dapat memenuhi permintaan tanpa menimbulkan kelebihan stok atau kekurangan barang.

2. Biaya pembelian

Biaya pembelian adalah seluruh pengeluaran yang dikeluarkan perusahaan untuk memperoleh barang atau bahan baku yang dibutuhkan. Biaya ini mencakup harga beli per unit barang, biaya transportasi, serta pajak atau biaya tambahan lainnya yang terkait dengan proses pengadaan. Biaya pembelian sangat bergantung pada volume pembelian, di mana pembelian dalam jumlah besar sering

kali mendapatkan diskon dari pemasok, sehingga dapat menurunkan biaya per unit barang.

3. Biaya pemesanan

Biaya pemesanan adalah biaya yang timbul setiap kali perusahaan melakukan pemesanan barang atau bahan baku kepada pemasok. Biaya ini meliputi biaya administrasi, pengolahan dokumen, biaya komunikasi dengan pemasok, serta biaya inspeksi atau penerimaan barang. Semakin sering perusahaan melakukan pemesanan dalam jumlah kecil, semakin besar total biaya pemesanan yang harus dikeluarkan. Oleh karena itu, strategi pemesanan yang efisien diperlukan agar biaya pemesanan dapat ditekan tanpa mengganggu persediaan Persediaan

4. Biaya penyimpanan

Biaya penyimpanan adalah biaya yang dikeluarkan untuk menyimpan Persediaan dalam gudang atau lokasi penyimpanan lainnya. Biaya ini mencakup biaya sewa gudang, biaya asuransi, biaya tenaga kerja untuk pengelolaan stok, serta biaya risiko seperti barang rusak, kedaluwarsa, atau mengalami penyusutan kualitas. Manajemen Persediaan yang baik harus dapat mengoptimalkan jumlah stok agar biaya penyimpanan tidak terlalu tinggi, namun tetap dapat memenuhi permintaan pelanggan dengan baik.

2.3 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu (juga sering disebut sebagai *literature review* atau tinjauan pustaka) merujuk pada studi-studi atau penelitian yang telah dilakukan sebelumnya yang relevan dengan topik yang sedang diteliti. Penelitian ini berfungsi sebagai dasar atau landasan teoritis yang memberikan konteks terhadap penelitian yang sedang dilakukan.

Menurut Creswell (2018), penelitian terdahulu adalah rangkuman dari hasil-hasil penelitian yang telah dilakukan sebelumnya dalam bidang yang sama atau serupa. Tujuan utama dari mengkaji penelitian terdahulu adalah untuk memahami apa yang telah diketahui dan apa yang belum diketahui

dalam suatu bidang, serta untuk mengidentifikasi celah atau kesempatan bagi penelitian lebih lanjut.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

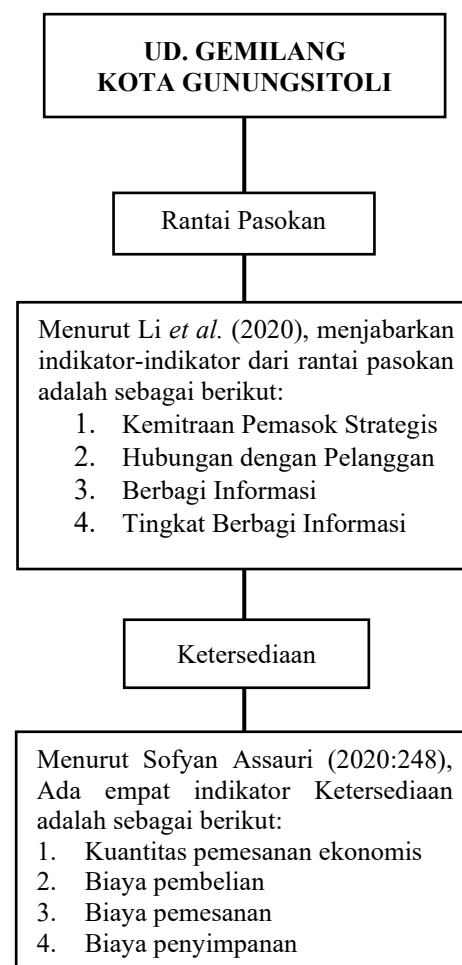
No	Nama	Judul	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	Aurellia Atha Apsari (2020)	Efektivitas Sistem Manajemen Persediaan dalam Meningkatkan Efisiensi Operasional PT Indomarco Prismatama	Kualitatif	Penelitian ini menganalisis efektivitas sistem manajemen Persediaan dalam meningkatkan efisiensi operasional perusahaan ritel besar di Indonesia. Hasilnya menunjukkan bahwa pengelolaan Persediaan yang efisien dapat mengurangi biaya, meningkatkan persediaan barang, dan mengoptimalkan rantai pasok, meskipun terdapat tantangan seperti ketidaksesuaian antara pasokan dan permintaan.
2	Siti Rahmawati (2021)	Optimalisasi Strategi Rantai Pasok UMKM di Bandar Lampung	Kualitatif	Penelitian ini mengembangkan model strategi rantai pasok yang optimal pada UMKM Keripik Pisang di Bandar Lampung. Hasilnya menunjukkan bahwa strategi rantai pasok yang tepat dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas operasional UMKM dalam menghadapi persaingan pasar.
3	Rian Pratama (2022)	Efektivitas Sistem Manajemen Persediaan dalam Meningkatkan Efisiensi Operasional PT Indomarco Prismatama	Kualitatif	Penelitian ini menyoroti pentingnya pengelolaan Persediaan yang efisien untuk banyak cabang dan distribusi barang yang luas. Hasilnya menunjukkan bahwa sistem manajemen yang efektif dapat mengurangi biaya, meningkatkan persediaan barang, dan mengoptimalkan rantai pasok, meskipun terdapat tantangan seperti ketidaksesuaian pasokan dan

				permintaan.
4	Siregar, A. (2020)	Analisis Strategi Manajemen Rantai Pasokan dalam Optimalisasi Persediaan Barang di Toko Mebel Berkah, Medan	Kualitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa toko mengalami keterlambatan pasokan akibat kurangnya komunikasi dengan pemasok. Dengan meningkatkan koordinasi dan menerapkan sistem prediksi permintaan berbasis data penjualan, stok barang dapat dikelola lebih baik dan mengurangi kekosongan barang yang dicari pelanggan.

Sumber: Olahan Peneliti, 2025.

2.4 Kerangka Berpikir

Menurut Sugiyono (2020), kerangka berpikir adalah sebuah gambaran konseptual yang menyajikan hubungan antara variabel yang satu dengan yang lainnya dalam bentuk diagram atau uraian, yang menggambarkan jalannya proses penelitian.



Gambar 2.1 Kerangka Berpikir

Penelitian ini berjudul "*UD. Gemilang Kota Gunungsitoli: Rantai Pasokan dan Persediaan*", yang bertujuan untuk melihat bagaimana rantai pasokan dan pengelolaan Persediaan berpengaruh terhadap efisiensi dan kelancaran usaha, khususnya pada usaha dagang yang bergerak di bidang distribusi barang kebutuhan pokok. Dalam dunia usaha, rantai pasokan (supply chain) dan Persediaan merupakan dua hal yang saling berkaitan dan sangat penting. Jika rantai pasokan tidak berjalan baik, maka persediaan barang bisa terganggu, dan begitu pula sebaliknya.

Pada aspek rantai pasokan, ada beberapa indikator yang penting untuk dikaji. Pertama adalah kemitraan pemasok strategis, yaitu hubungan jangka panjang yang terjalin antara UD. Gemilang dengan para pemasoknya. Kerja sama yang baik dan saling menguntungkan dengan pemasok akan membantu kelancaran pengadaan barang. Misalnya, jika hubungan dengan pemasok sudah kuat, maka usaha dapat memperoleh barang dengan harga yang lebih stabil, pengiriman yang tepat waktu, dan kualitas yang terjaga.

Selanjutnya, yang tak kalah penting adalah hubungan dengan pelanggan. UD. Gemilang perlu menjaga hubungan baik dengan para pelanggannya, seperti toko-toko grosir, eceran, maupun konsumen langsung. Hubungan yang terjaga bisa meningkatkan loyalitas pelanggan dan membantu usaha dalam menjaga kestabilan permintaan. Jika pelanggan merasa puas dan dihargai, maka mereka cenderung akan terus melakukan pembelian di tempat yang sama.

Indikator lain dalam rantai pasokan adalah berbagi informasi. Dalam konteks ini, berbagi informasi berarti adanya komunikasi yang lancar antara UD. Gemilang dengan pemasok maupun pelanggan, seperti informasi persediaan barang, jadwal pengiriman, atau perubahan harga. Ketika informasi dibagikan secara transparan dan tepat waktu, maka semua pihak yang terlibat bisa merespons lebih cepat terhadap perubahan yang terjadi. Lebih lanjut, tingkat berbagi informasi juga perlu diperhatikan, karena semakin tinggi kualitas dan konsistensi informasi yang dibagikan, semakin mudah untuk mengambil keputusan bisnis yang tepat.

Sementara itu, pada aspek Persediaan, hal utama yang dikaji adalah bagaimana UD. Gemilang mengelola stok barangnya agar tidak terjadi kekurangan atau kelebihan Persediaan. Salah satu indikator yang digunakan adalah kuantitas pemesanan ekonomis (*Economic Order Quantity/EOQ*), yaitu jumlah barang yang ideal untuk dipesan agar biaya total Persediaan (termasuk pemesanan dan penyimpanan) bisa ditekan. Dengan menggunakan pendekatan EOQ, usaha bisa menghindari pemborosan biaya dan meminimalkan risiko kehabisan stok.

Kemudian, biaya pembelian juga merupakan indikator penting. UD. Gemilang harus memperhatikan berapa banyak uang yang dikeluarkan untuk membeli barang dari pemasok, dan bagaimana cara mendapatkan harga terbaik. Diskon pembelian dalam jumlah besar, kerja sama jangka panjang dengan pemasok, serta perbandingan harga dari beberapa sumber bisa menjadi strategi untuk mengendalikan biaya ini.

Selain itu, perlu juga dianalisis biaya pemesanan, yaitu biaya yang muncul setiap kali usaha melakukan pemesanan barang. Biaya ini mencakup administrasi, pengiriman, atau komunikasi dengan pemasok. Jika pemesanan terlalu sering dilakukan dalam jumlah kecil, maka biaya ini akan membengkak. Oleh karena itu, penting untuk mengatur frekuensi dan volume pemesanan secara efisien.

Terakhir adalah biaya penyimpanan, yaitu biaya yang dikeluarkan untuk menyimpan barang di gudang, seperti biaya listrik, sewa, atau tenaga kerja. Penyimpanan yang terlalu lama atau terlalu banyak bisa menyebabkan barang rusak atau kadaluwarsa, apalagi jika barang yang dijual adalah kebutuhan pokok yang mudah rusak. Maka dari itu, pengelolaan stok harus seimbang, tidak terlalu sedikit dan tidak berlebihan.

Dengan memahami hubungan antara indikator-indikator dalam rantai pasokan dan Persediaan ini, UD. Gemilang diharapkan dapat meningkatkan efisiensi operasional dan pelayanan kepada pelanggan. Kerangka berpikir ini menjadi dasar dalam menganalisis bagaimana strategi pengelolaan rantai pasokan dan Persediaan yang tepat dapat mendukung keberhasilan usaha secara keseluruhan.