

## ABSTRAKSI

*Out of Stock* atau kekosongan barang yang terjadi di Matahari *Supermarket* menjadi salah satu sebab terjadinya *loss sales*. Mengapa kekosongan barang bisa terjadi? Antara lain disebabkan karena tidak tersedianya tempat penyimpanan barang (gudang) yang memadai di masing-masing *supermarket*, pihak *supermarket* menekan angka *inventory* dan atau *supplier* tidak dapat memenuhi *order* dari *supermarket*.

Penggunaan *Central warehouse (CWH)* adalah salah satu jalan keluar yang dilakukan oleh Manajemen PT. Matahari Putra Prima, untuk meminimalkan angka kekosongan barang di *supermarket*-nya. Mengingat tidak setiap item/produk bisa dijadikan *stock*, maka penentuan item yang akan menjadi *stock* murni di *CWH* sangatlah ketat, persyaratannya antara lain, merupakan item/produk *fast moving* dan atau produk *fast moving* yang seringkali *on – off* karena keterbatasan produksi dari pihak *distributor* atau *supplier*.

Khusus untuk departemen *Food* dan *drink* ada 1.142 item/SKU dari 30 *supplier* yang menjadi produk *stock* murni di *central warehouse*. Nestle (selaku *principle* dan *distributor*) adalah penyumbang kontribusi terbesar di *Dept. Food & drink* (12,98%) adalah satu *supplier* yang produknya masuk dalam *stock* murni di *warehouse* dimana dari total 1.142 item, 232 item atau 20,32% adalah produk dari Nestle.

*Service Level* dari Nestle ke *Distribution Center (DC)/CWH* dari tahun 2001 ke tahun 2002 mengalami kenaikan, baik secara *quantity* maupun *value*; tahun 2001 *SL Qty* 60,62% *SL Vlu* 62,45% - tahun 2002 *SL Qty* 61,05%, *SL Vlu* 66,56%. Walaupun *service level* secara total *supplier* ke *DC* mengalami penurunan dari tahun 2001 ke tahun 2002; 2001 *SL Qty* 74,53%, *SL Vlu* 77,54% - 2002 *SL Qty* 71,95 %, *SL Vlu* 74,18%.

Banyak perbaikan-perbaikan yang dilakukan oleh pihak *DC* untuk memberikan pelayanan yang maksimal kepada *supplier*, antara lain memperluas area *DC*, penambahan jumlah karyawan, penggunaan *IT* (misalnya *PO fax* atau *EDI* untuk item-item yang menjadi *stock* murni *DC*), dan menambah hari kerja (sabtu dan minggu).

Untuk *Service level DC* ke *Supermarket*, terjadi penurunan angka *service level* tahun 2002 dibanding 2001; untuk Nestle 96,37% menjadi 95,90%, sedangkan untuk *all supplier DC* ke *supermarket* adalah 99,26% menjadi 94,81%. Tetapi kalau dilihat angka permintaan dari *supermarket* ke *DC*, terjadi peningkatan permintaan yang cukup tinggi; dan angka realisasinya untuk nestle adalah 600% dan untuk *all supplier* 350%.

## KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadirat Allah SWT, atas segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Perusahaan yang berjudul "**Produk Warehouse di Matahari Supermarket dan Service Level**". Laporan Perusahaan ini dibuat guna melengkapi persyaratan dalam menyelesaikan program Magister Manajemen (S-2) Jurusan Pemasaran pada Universitas Pelita Harapan.

Dalam penyusunan Laporan Perusahaan ini penulis banyak mendapat bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung, sehingga Laporan Perusahaan ini dapat disusun dengan baik. Maka dengan ini penulis mengucapkan terima kasih dan rasa hormat yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Prof. Ir. Jonathan Soemirat. S, MSc, PhD, selaku Dosen Pembimbing dan Penguji.
2. Bapak Dr. Budiarto Subroto dan Bapak DR. Tarsisius Sunaryo, selaku Dosen Penguji.
3. Rekan-rekan kerja di PT. Matahari Putra Prima, yang telah banyak memberikan *support* sehingga penulis tetap terus melanjutkan *study* dan untuk Sdr. Moch. Nono, yang banyak membantu dalam memberikan informasi berupa data guna penyusunan laporan ini.
4. Ibunda, Ny. Aisyah T.Zees yang tidak henti-hentinya memberikan dukungan moril, dan Alm. Ayah.
5. Rekan-rekan MMUPH Batch VII, dan sahabat-sahabat terdekat yang tidak henti-hentinya memberikan *support*.

Semoga segala bantuan dan pengorbanan yang telah diberikan kepada penulis akan mendapat balasan yang setimpal dari Allah SWT.

Penulis menyadari bahwa penyusunan Laporan Perusahaan ini masih banyak kekurangannya, oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun bagi kesempurnaan laporan ini. Akhir kata penulis mengharapkan agar laporan ini dapat berguna bagi penulis pada khususnya dan bagi pembaca pada umumnya.

Jakarta, Akhir November 2002

Penulis



# DAFTAR ISI

<b>ABSTRAKSI</b>	i
<b>Kata Pengantar</b>	ii
<b>DAFTAR ISI</b>	1
<b>Tabel dan Lampiran</b>	2
<b>BAB I.    PENDAHULUAN</b>	3
1.1    Latar Belakang	3
1.2    Batasan – batasan	6
1.3    Tujuan dan Kegunaan	7
<b>BAB II.    LANDASAN TEORI</b>	9
<b>BAB III.    PROFIL PERUSAHAAN</b>	20
3.1    Sejarah Singkat Matahari <i>Supermarket</i>	20
3.2    Beberapa Alasan Pembenahan Yang di Lakukan <i>Management</i> PT. Matahari Putra Prima untuk lebih Kompetitif	27
<b>BAB IV.    STRATEGI <i>WAREHOUSING</i></b>	33
4.1    Posisi <i>Warehouse (Distribution Center)</i> dalam <i>Management</i> PT. Matahari Putra Prima	33
4.2 <i>Lay Out DC</i>	34
4.3    Data Spesifikasi <i>Warehouse/DC</i> Balaraja	35
<b>BAB V.    PEMBAHASAN</b>	37
5.1    Item <i>CWH</i>	37
5.2 <i>Service Level Supplier to DC</i>	38
5.3 <i>Service DC to Supplier</i>	41
5.4 <i>Service DC to Supermarket</i>	44
<b>BAB VI.    KESIMPULAN DAN SARAN</b>	50
5.1    Kesimpulan	50
5.2    Saran	51
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	53

## LAMPIRAN DAN TABEL

### LAMPIRAN – LAMPIRAN

Lampiran 1. Daftar Toko Matahari <i>Supermarket</i> Nasional	i
Lampiran 2. Data Supplier <i>CWH</i> 104 berdasarkan Kontribusi SKU Terbesar	ii
Lampiran 3. <i>List Item CWH 104 by Supplier</i>	iii
Lampiran 4. <i>List Item Supplier Nestle</i>	xiii
Lampiran 5. <i>Service Level Supplier Nestle</i> 2002 s/d Sept '02	xvi
Lampiran 6. <i>Service Level Nasional</i> 2002 s/d Sept '02	xvii
Lampiran 7. <i>Service Level Supplier Nestle</i> 2001	xxiii
Lampiran 8. <i>Service Level DC to Store</i> 2001	xix
Lampiran 9. <i>Service Level DC to Store</i> 2002	xx
Lampiran 10. <i>Flow Chart Booking Supplier Supermarket</i>	xxi
Lampiran 11. <i>Form Booking Order</i>	xxii
Lampiran 12. Klasifikasi Barang <i>Supermarket</i> yang di Tolak di <i>DC</i>	xxiii
Lampiran 13. Prosedur Penerimaan Barang di <i>DC</i>	xxiv

### TABEL

3.1	Perkembangan Jaringan Toko, Tahun 1997 – Maret 2002	28
5.2	Data <i>Service Level</i> secara <i>Quantity</i> dan <i>Value Supplier</i> Ke <i>DC</i> tahun 2001 – 2002	38
5.4	Data rata-rata <i>Service Level</i> dari <i>DC</i> ke <i>Supplier</i> Tahun 2001 – 2002	47

### GAMBAR

Gambar 1.	<i>Format 'T' Warehouse Flow</i>	10
Gambar 2.	<i>Format the "Crossflow" Warehouse</i>	12
Gambar 3.	<i>Format the "Cornerflow" Warehouse</i>	13
Gambar 4.	<i>Format the "Troughflow" Warehouse</i>	15
Gambar 5.	Struktur Organisasi PT. Matahari <i>Supermarket</i>	23
Gambar 6.	Posisi <i>Distribution Center</i>	33
Gambar 7.	<i>Lay Out DC</i>	34
Gambar 8.	<i>Flow Chart Proses PO</i>	45