



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Rusman Maamoer(alm.) lahir pada tahun 1933 di Padang, Sumatera Barat. Perjalanan hidup Rusman Maamoer terbilang cukup sulit, dengan lahir dikeluarga dengan kondisi perekonomian yang serba berkekurangan. Setelah lulus SMA, Rusman Maamoer meneruskan perjalanan menuntut ilmu ke Universitas Indonesia. Rusman Maamoer memilih Fakultas Ekonomi di Universitas Indonesia dengan harapan suatu hari ia dapat membuka usaha baru.

Sejak 1967, Rusman Maamoer mulai menekuni berbagai bidang usaha. Sepuluh tahun kemudian, pada tahun 1978, Rusman Maamoer memutuskan keliling Eropa, melakukan studi banding mengenai usaha apa yang sebaiknya beliau kembangkan. Akhirnya beliau menemukan, yang pokok diperlukan manusia adalah sandang dan pangan. Rusman Maamoer mendapatkan pandangan baru yaitu siapa yang bergerak di bidang itu, asalkan mempraktekkan teori-teori yang benar, dapat berkembang.

Pada tahun 1979, Rusman Maamoer kembali ke Indonesia dan segera membuka TIP TOP di kawasan Rawamangun. Rusman Maamoer merintisnya dari berbentuk mini market yang Luas lantainya hanya 400 M². Karena merupakan usaha baru, Rusman Maamoer bekerja sendirian selama dua tahun. Di awal bukanya mini market TIP TOP di Rawamangun, Rusman Maamoer tidak menerapkan prinsip berdagang yang umum dipakai para pedagang saat itu. Bila kebanyakan pedagang mematok laba sebesar 5% sampai dengan 10 %, Rusman Maamoer lebih memilih mencari laba sebesar 2% sampai dengan 3 % dan lebih mengandalkan *turnover* yang cepat.

Tip Top berubah menjadi pasar swalayan pada tahun 1985 karena luas lahannya mencapai 3000 M² dan kenaikan penjualan mencapai 20 hingga 30 kali lipat.

Namun pada Juni 1991,kebakaran besar melanda Tip Top tanpa menyisakan apapun. Inventaris, stok-stok barang, gedung, semua habis terbakar.

Pada awal bulan September tahun 1991, setelah mendapat bantuan dari wakil gubernur dan banyak pemasok barang, setengah bagian dari supermarket sudah dapat digunakan kembali. Meskipun hutang TIP TOP mencapai lebih dari dua milyar, para pemasok barang tetap memberi kepercayaan kepada TIP TOP dengan tetap memberikan pasokan barang baru hingga pembangunan selesai pada Februari 1992. Belum selesai tahun 1992, TIP TOP sudah dapat melunaskan hutang-hutangnya.

Pada tahun 1992, setelah mendapatkan tawaran sebidang tanah seluas dua hektar di Bogor, Rusman Maamoer mendirikan panti yatim piatu. Pada tahun itu pula beliau membuka cabang baru di Ciputat, Tangerang, dengan perkembangan secepat perkembangan TIP TOP Rawamangun.Setelah melihat perkembangan luar biasa, TIP TOP memutuskan untuk membuka beberapa cabang lagi di tempat lain.Daftar sementara cabang TIP TOP Supermarket & Dept. Store :

- A. TIP TOP Rawamangun (1979) di Rawamangun, Jakarta timur
- B. TIP TOP Ciputat (1992) di Ciputat, Tangerang
- C. TIP TOP Cimone (1999) di Taman Cibodas, Tangerang
- D. TIP TOP Pondok Bambu (2001) di Pondok Bambu, Jakarta timur
- E. TIP TOP Depok (2004) di Depok, Jawa barat
- F. TIP TOP Pondok Gede (2007) di Pondok Gede, Bekasi
- G. TIP TOP Bekasi (2014) di Tambun Selatan, Bekasi

2.1.1 Visi Perusahaan

TIP TOP Supermarket & Dept. Store memiliki visi untuk dapat menjadi perusahaan ritel yang berguna bagi banyak orang.

2.1.2 Misi Perusahaan

Beberapa misi yang dimiliki oleh TIP TOP Supermarket & Dept. Store adalah sebagai berikut :

1. Memuaskan hati orang banyak dengan menjalankan sistem usaha yang Islami.
2. Menyediakan barang dengan harga murah.
3. Menyatukan kekuatan untuk menjadi yang terdepan / terbaik di bidangnya.

2.1.3 Komitmen Perusahaan

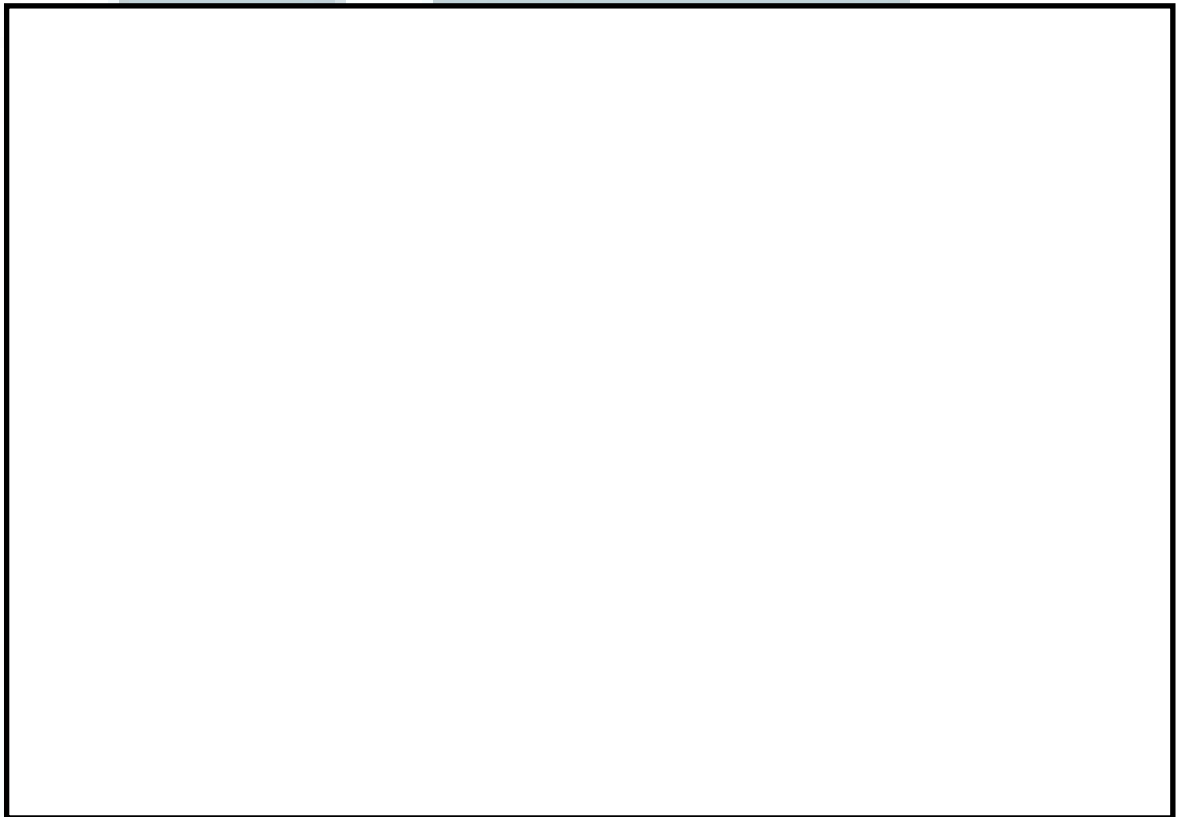
TIP TOP Supermarket & Dept. Store yang merupakan perusahaan ritel di Indonesia menerapkan beberapa poin yang menjadi komitmen perusahaan :

1. Menyediakan barang-barang kebutuhan anda dengan harga murah dan bersaing.
2. Menyediakan produk yang beraneka ragam dan berkualitas tinggi.
3. Hanya menyediakan barang-barang halal.
4. Memberikan harga-harga promosi untuk bermacam-macam produk setiap bulan.
5. Melayani pelanggan kami sebaik mungkin.
6. Menjadikan TIP TOP Supermarket & Dept. Store toko yang Anda percayai dan senang sepanjang masa.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Perusahaan yang baik adalah perusahaan yang memiliki struktur organisasi yang jelas. Struktur organisasi yang jelas dapat mempermudah proses komunikasi yang terjadi di dalam perusahaan sehingga kinerja perusahaan dapat menjadi optimal. Berikut ini adalah struktur organisasi yang ada di TIP TOP Supermarket & Dept. Store pusat :

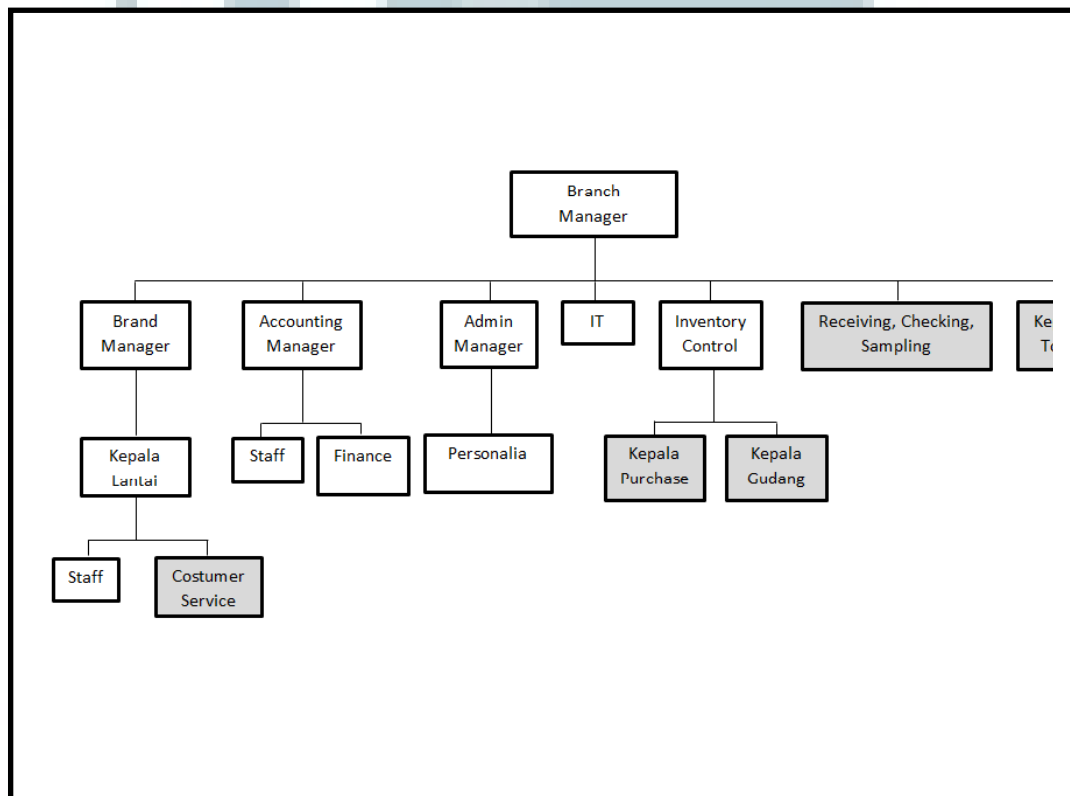
Struktur organisasi TIP TOP pusat



Gambar 2.1 Struktur Organisasi TIP TOP pusat

Branch Manager di TIP TOP Supermarket & Dept. Store memiliki tugas dan wewenang secara penuh untuk mengelola sebuah cabang yang ditetapkan. Berikut ini adalah struktur organisasi yang ada di TIP TOP Supermarket & Dept. Store cabang Cimone :

Struktur organisasi TIP TOP cabang Cimone



Gambar 2.2 Struktur Organisasi TIP TOP cabang Cimone

Pada struktur organisasi TIP TOP cabang Cimone, penulis berada pada divisi yang memiliki warna sedikit gelap.

2.3 Tinjauan Pustaka

Evans & Collier (2007, 5) menjelaskan bahwa manajemen operasi adalah suatu pengetahuan dan seni untuk memastikan barang dan jasa diciptakan serta dikirim secara sukses kepada pelanggan. Penerapan prinsip manajemen operasi ini membutuhkan pengertian dari para pekerja, proses, dan teknologi serta bagaimana semua itu dapat terintegrasi dengan sistem bisnis untuk menciptakan *value*.

Heizer & Barry (2011, 36) juga menjelaskan bahwa manajemen operasi merupakan sekumpulan aktifitas yang memberikan nilai tambah terhadap barang dan jasa melalui perubahan *input* menjadi *output*.

Aktifitas-aktifitas tersebut dikenal dengan 10 area pengambilan keputusan pada manajemen operasi :

- A. *Good and service design* yang bertujuan untuk menciptakan barang atau jasa dengan kualitas yang baik dan mengandung *customer value* yang berfokus pada *differentiation, low cost, rapid response*, atau kombinasi dari semuanya.
- B. *Quality management* yang bertujuan untuk merancang sistem *TQM (Total Quality Management)* yang dapat mengidentifikasi dan memuaskan kebutuhan konsumen.
- C. *Process and capacity design* yang bertujuan untuk menghasilkan proses produksi yang menghabiskan sedikit biaya, namun memiliki kualitas yang baik
- D. *Location* yang bertujuan agar dapat dengan mudah diakses oleh target konsumen
- E. *Layout design* yang bertujuan agar memiliki tata letak yang baik dan mudah untuk diakses agar dapat menghasilkan kinerja yang efektif dan efisien.
- F. *Human resources and job design*. Sumber daya manusia merupakan bagian penting dalam proses bisnis. Sumber daya manusia yang baik adalah Sumber daya manusia yang memiliki kemampuan sesuai dengan apa yang dibutuhkan oleh perusahaan.

- G. *Supply chain management* yang bertujuan untuk menciptakan kolaborasi antara perusahaan dengan *supplier* untuk menghasilkan produk yang inovatif.
- H. *Inventory* yang mengatur tentang bagaimana mengelola persediaan untuk dapat memenuhi kepuasan konsumen, *supplier*, dan ketersediaan barang dalam jangka panjang agar tidak mengganggu proses produksi.
- I. *Scheduling* yang bertujuan untuk membuat penjadwalan sesuai jumlah permintaan dengan didasari pada ketersediaan Sumber daya manusia dan fasilitas yang ada.
- J. *Maintenance* yang dilakukan untuk memelihara fasilitas agar dapat beroperasi dengan efektif.

2.3.1 Total Quality Management (TQM)

W. Edwards Deming dalam bukunya yang berjudul *Out of the Crisis* yang dikutip oleh Heizer & Barry (2011, 227), menggabungkan konsep mutu mulai dari wawasan psikologis sampai dengan *quality culture*. Deming menekankan bahwa sistem operasi yang baik merupakan tanggung jawab manajemen sepenuhnya. Karyawan tidak akan mampu menghasilkan produk dengan kualitas yang berada diatas kemampuan produksi perusahaan. Deming menyatakan, ada empat belas konsep manajemen yang dapat digunakan untuk mencapai *TQM*:

1. Ciptakan sebuah konsistensi dalam peningkatan mutu produksi dan jasa.
2. Adopsi falsafah baru.
3. Ciptakan kualitas kedalam produk; hindari ketergantungan pada inspeksi untuk menemukan masalah.
4. Membuat rencana jangka panjang berdasarkan performa daripada fokus terhadap hasil yang dicapai.
5. Terus meningkatkan kualitas, produk, serta jasa.
6. Adakan pelatihan.

7. Tanamkan sikap kepemimpinan.
8. Hilangkan rasa takut.
9. Menghilangkan *barrier* antar departemen.
10. Berhenti untuk mendesak karyawan.
11. Berikan dukungan, bantuan, serta peningkatan kinerja.
12. Hilangkan perasaan yang mementingkan harga diri.
13. Lembagakan aneka program pendidikan yang meningkatkan kualitas kerja.
14. Tempatkan setiap orang dalam perusahaan untuk berkerja pada transformasi.

Sedikit berbeda dengan Deming, Philip B. Crosby dalam bukunya yang berjudul *Quality is Free* yang dikutip oleh Heizer & Barry (2011, 225) berpendapat bahwa manajemen yang baik adalah manajemen yang dapat mencegah munculnya *cost of poor quality* dengan cara melakukan pekerjaan dengan benar sejak proses pertama. Crosby menambahkan bahwa sebenarnya tidak ada alasan bagi perusahaan untuk memiliki produk atau servis yang cacat. Untuk dapat menciptakan produk tanpa cacat (*Zero defect*), Crosby mengemukakan empat belas program mutu :

1. *Management Commitment*: manajemen perusahaan harus menciptakan komitmen bersama untuk menghadirkan produk yang bermutu.
2. *Quality Improvement Team* : meningkatkan kualitas dengan membagi pekerjaan kedalam tim-tim dengan tugas yang berbeda-beda.
3. *Quality Measurement* : mengadakan pengukuran mutu untuk menilai mutu dari hasil tiap proses.
4. *The Cost of Quality* : menerapkan sistem produksi tanpa cacat sejak awal sehingga dapat menekan penambahan biaya dalam biaya kualitas yang terdiri dari :

- a. *Prevention Cost*: biaya yang digunakan untuk mengurangi potensi terjadinya barang atau jasa yang cacat dengan melakukan pelatihan, program peningkatan kualitas, dan sebagainya
 - b. *Appraisal Cost* : biaya yang muncul untuk mengevaluasi produk atau jasa dengan melakukan inspeksi, tes produk, atau membuat laboratorium
 - c. *Internal Failure* : biaya yang muncul akibat terdapatnya barang atau jasa yang cacat sebelum sampai ke konsumen
 - d. *External Cost* : biaya yang harus dikeluarkan perusahaan akibat barang atau jasa yang cacat yang diterima oleh konsumen. Perusahaan harus sangat menghindari biaya ini karena kuantitas yang harus dipertanggungjawabkan perusahaan tidak dapat diukur karena menyangkut kepuasan konsumen
5. *Quality Awareness* : menjelaskan kepada seluruh karyawan mengenai pentingnya mutu sehingga diharapkan munculnya kesadaran mutu.
 6. *Corrective Action* : mengadakan kegiatan perbaikan untuk menghadirkan kualitas yang lebih baik.
 7. *Zero Defect Planning* : membuat perencanaan tentang bagaimana perusahaan akan menerapkan sistem *zero defect* yang harus dilaksanakan sejak awal proses produksi.
 8. *Supervisor Training* : memberikan pelatihan bagi *supervisor* untuk dapat mengambil tindakan apabila terjadi kesalahan dalam proses untuk menekan *cost of quality*.
 9. *Zero Defect Day* : mengadakan hari tanpa produk cacat. Kegiatan ini berguna untuk secara tidak langsung memaksa seluruh karyawan untuk bekerja dalam titik optimal.

10. *Goal Setting* : membuat suatu pedoman yang digunakan untuk menilai produk atau jasa yang telah jadi apakah sesuai dengan kriteria yang diinginkan oleh perusahaan.
11. *Error-Cause Removal* : setelah menerapkan sepuluh langkah diatas, perusahaan dapat mencoba untuk menghapus penyebab produk menjadi cacat. Langkah ini baru dapat diterapkan apabila seluruh karyawan telah terbiasa menghasilkan produk atau jasa tanpa cacat.
12. *Recognition* : memberikan pengakuan kepada karyawan-karyawan yang memberikan kontribusi nyata dalam penerapan *zero defect* berupa penghargaan yang diharapkan akan meningkatkan semangat kerja karyawan lain yang kemudian meningkatkan kinerja perusahaan.
13. *Quality Council* : membentuk tim-tim yang berisi karyawan yang memiliki kesamaan pekerjaan, pola pandang, dan cara memecahkan masalah. Tim-tim tersebut akan dikepalai oleh seorang *supervisor* yang akan memberikan *project* yang harus diselesaikan bersama. Kegiatan ini digunakan untuk memotivasi karyawan serta meningkatkan kemampuan mereka secara maksimal.
14. *Do It Over again* : melakukan seluruh kegiatan yang telah diterapkan secara berkelanjutan dengan harapan terdapat peningkatan performa perusahaan.

Heizer & Barry (2011, 223) kemudian menggabungkan beberapa teori yang ada dan menghasilkan sebuah konsep yang menyatakan bahwa *TQM* memiliki tujuan untuk menciptakan sistem manajemen pada organisasi sehingga dapat optimal dalam segala aspek produk dan jasa yang merupakan hal penting untuk *customer*. Untuk dapat memenuhi *TQM*, terdapat langkah-langkah yang harus terpenuhi :

1. *Organizational Practices* : *Leadership, Mission Statement, Effective operating procedures, staff support, dan training.*

2. *Quality Principles* : *Customer focus, Continuous improvement, Benchmarking, Just-in-time, dan TQM tools.*
3. *Employee fulfillment* : *Empowerment dan Organizational commitment.*
4. *Customer satisfaction* : *Winning orders dan Repeat customers.*

Untuk perusahaan yang memfokuskan diri pada layanan jasa, Heizer & Barry (2011, 240) mengutip ide dari A. Parasuramanyang memberikan sepuluh poin yang perlu dimiliki oleh karyawan dalam menghadapi konsumen :

1. *Reliability* : melibatkan konsistensi dari performa dan kemampuan untuk dapat diandalkan.
2. *Responsiveness* : kerelaan atau kesiapan dari karyawan untuk menyajikan pelayanan.
3. *Competence* : kemampuan dan pengetahuan untuk menyajikan pelayanan.
4. *Access* : mudah dijangkau atau dihubungi.
5. *Courtesy* : kesopanan, kehormatan, pengertian, dan keramahan dari karyawan.
6. *Communication* : menjaga konsumen agar tetap terinformasi dalam bahasa yang dapat mereka mengerti.
7. *Credibility* : mendapatkan kepercayaan, keyakinan, dan kejujuran dari konsumen.
8. *Security* : kebebasan dari bahaya, resiko, atau ketidakyakinan.
9. *Understanding* : usaha dalam mengerti keinginan konsumen.
10. *Tangibles* : bukti nyata dalam pelayanan.

2.3.1.1 Continuous Improvement

Dalam penerapan *TQM*, Heizer & Barry (2011, 227) menjelaskan bahwa diperlukan proses tanpa akhir dalam *continuous improvement* yang meliputi orang, perlengkapan, pemasok, material, dan prosedur. Proses tanpa akhir itu dikenal dengan nama *PDCA (Plan-Do-Check-Act)* yang diciptakan oleh Walter Shewhart.

Perusahaan pada awalnya diharapkan untuk mengidentifikasi masalah-masalah apa yang terjadi di perusahaan, kemudian membuat perencanaan yang digunakan untuk mengantisipasi masalah agar tidak timbul kembali. Setelah membuat perencanaan, perusahaan akan mencoba mengaplikasikan ke dalam sistem yang ada. Ketika melakukan pengecekan, apabila rencana yang dibuat berhasil, maka perusahaan dapat menerapkannya untuk seterusnya. Namun, apabila rencana yang dijalankan mengalami kegagalan maupun memunculkan masalah baru, perusahaan dapat membuat perencanaan kembali. Aktifitas tersebut disebut dengan *continuous improvement*.

2.3.1.2 Just-in-Time (JIT)

Menurut Tanjung & Ma'arif (2003, 311) *JIT* merupakan filosofi manajemen dari pemecahan masalah yang berkelanjutan dan dipaksakan, sehingga pemasok dan komponen ditarik melalui sistem untuk menunjukkan dimana dan kapan mereka akan dibutuhkan. *JIT* menolak pemborosan yang tidak memberikan nilai tambah pada produk. Ada beberapa pemborosan yang dapat terjadi dalam proses produksi yang terdiri dari : kelebihan produksi, menunggu, transportasi, ketidak efisienan proses produksi, persediaan barang, gerakan yang tidak diperlukan, dan produk cacat.

Heizer & Barry (2011, 230) mengemukakan bahwa *JIT* merupakan praktek dari *continuous improvement* dan menghadirkan pemecahan masalahnya. *JIT* dibuat untuk memproduksi atau mengirimkan barang sesuai dengan apa yang mereka inginkan. *JIT* memiliki hubungan dengan kualitas dalam 3 hal :

1. *JIT* memotong biaya kualitas : hal ini dikarenakan *scrap*, *rework*, *inventory investment*, dan *damage cost* langsung berhadapan

dengan *inventory* yang ada. Dengan menerapkan *JIT*, *inventory* diminimalkan.

2. *JIT* meningkatkan kualitas : dengan menerapkan *JIT*, *lead time* dapat disusutkan.
3. Kualitas yang lebih baik membuat *inventory* lebih minimum : salah satu tujuan *inventory* adalah menyediakan persediaan barang apabila suatu saat performa produksi perusahaan sedang buruk. Dengan menerapkan *JIT*, semua biaya yang berhubungan dengan *inventory* menjadi berkurang.

2.3.1.3 Empowerment

Employee empowerment menurut Heizer & Barry (2011, 228) merupakan penerlibatan karyawan dalam setiap proses produksi dengan memperluas lingkup kerja karyawan serta menambahkan tanggung jawab dan kekuasaan untuk dapat berpindah ke posisi terbawah dalam organisasi. Cara untuk membangun *employee empowerment* :

1. Membangun jaringan komunikasi diantara karyawan.
2. Pengembangan yang terbuka disertai *supervisor* yang mendukung.
3. Memindahkan tanggung jawab dari manajer ke karyawan produksi.
4. Menciptakan organisasi yang bermoral tinggi.
5. Membuat struktur organisasi formal seperti tim dan *quality circle*.

2.3.2 Layout Design

Heizer & Barry (2011, 376) berpendapat bahwa *layout* memiliki tujuan agar organisasi memiliki tata letak yang baik dan mudah untuk diakses agar dapat menghasilkan kinerja yang efektif dan efisien. Tata letak dapat mencakup beberapa aspek :

1. *Office layout* : Mengatur tata letak posisi karyawan, peralatan yang digunakan, serta jarak antar kantor untuk menghasilkan keamanan, kenyamanan serta perpindahan informasi yang teratur.

2. *Retail layout* : Mengatur tata letak barang di toko menurut kebiasaan dari konsumen.
3. *Warehouse layout* : Mengatur tata letak barang di gudang agar mudah untuk di proses.
4. *Fixed position layout* : Sistem yang menerapkan tata letak yang tidak berubah pada suatu area. Seluruh perlengkapan serta pekerja harus datang ke area tersebut.
5. *Process oriented layout* :Strategi tata letak yang membutuhkan proses berbeda-beda dengan meminimalisasikan pengulangan, perjalanan antar proses, serta waktu yang dibutuhkan tiap proses. Strategi ini dapat digunakan pada produk yang memiliki banyak variasi proses dengan jumlah yang sedikit.
6. *Product oriented layout* : Strategi tata letak yang digunakan pada produk yang memiliki sedikit variasi proses dengan jumlah yang banyak.
7. *Work Cell layout* : Strategi tata letak yang menyusun proses sesuai dengan urutan yang dilakukan dengan tujuan mengoptimalkan *output* yang dihasilkan serta menekan biaya yang diperlukan.

*Storage andwarehouse layout*diterapkan dengan tujuan untuk mengatur tata letak barang di gudang agar mudah untuk di proses. Heizer & Barry (2011, 381) mengelompokkan *storage andwarehouse layout* menjadi 3 macam, yaitu :

1. *Cross-Docking* : *Layout* yang dibuat dengan tujuan menghilangkan biaya penyimpanan (tidak ada gudang), namun membutuhkan *scheduling* yang terperinci dan identifikasi produk yang akurat.
2. *Random Stocking* : *Layout* yang membiarkan persediaan barang disimpan dengan posisi *random* namun terklasifikasi. Sistem ini memerlukan sumber daya manusia yang bertindak sebagai operator

yang mengetahui letak dan jumlah tiap barang yang ada. Sistem random stocking memiliki tugas :

- a. Mempertahankan daftar lokasi yang terbuka
 - b. Mempertahankan catatan akurat mengenai posisi dan jenis barang
 - c. Mengurutkan barang untuk meminimalkan waktu yang dibutuhkan dalam mengambil suatu barang
 - d. Menggabungkan perintah untuk mengurangi waktu pengambilan barang
 - e. Mengurutkan barang dari yang sering digunakan sampai yang jarang digunakan untuk menghemat waktu dalam mengambil barang
3. *Costumizing* : Penyimpanan yang menambah nilai dari suatu produk melalui proses modifikasi, perbaikan, maupun pengemasan barang.

2.3.3 Inventory

Menurut Evans & Collier (2007, 481) *inventory* adalah segala aset yang disimpan untuk dipakai kemudian hari atau dijual. Sedangkan menurut Tanjung & Ma'arif (2003, 276) *inventory* adalah suatu aktiva yang meliputi barang-barang milik perusahaan dengan maksud untuk dijual dalam suatu periode usaha yang normal atau barang-barang yang masih dalam proses produksi ataupun persediaan bahan baku yang masih menunggu untuk digunakan dalam suatu proses produksi. Terdapat 3 jenis persediaan yang berlaku umum di perusahaan, yaitu persediaan bahan baku/mentah (*Raw Material*), persediaan dalam proses (*Work-in process*), dan persediaan bahan jadi (*Finished good*).

Inventory menurut Heizer & Barry (2011, 500) memiliki tujuan untuk mendapatkan keseimbangan antara biaya *inventory* dengan pelayanan konsumen. Salah satu cara untuk mengurangi beban biaya produksi adalah dengan mengurangi biaya *inventory*. Namun disisi lain, apabila mengurangi biaya

inventory, dapat mengakibatkan stok barang cepat habis yang akan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Dalam mengatur *inventory*, ada 2 langkah yang ditempuh :

- A. Mengklasifikasikan barang (*ABC analysis*) : Mengklasifikasikan luas pemakaian *inventory* suatu barang berdasarkan biaya yang dibutuhkan untuk menyimpan barang tersebut. Semakin besar pemakaian biaya penyimpanan suatu barang, semakin kecil luas pemakaian *inventory* yang digunakan. Hal ini dilakukan untuk menekan biaya penyimpanan.
- B. Memelihara *inventory records* agar akurat : Dengan memiliki pencatatan yang akurat mengenai barang yang ada di *inventory* sehingga dapat mengambil keputusan yang tepat dalam melakukan *ordering, scheduling, dan shipping*.

UMMN