



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 I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam sejarahnya, kata manufaktur berasal dari bahasa Latin yaitu *manus factus* yang berarti dibuat dengan tangan. Kata *manufacture* muncul pertama kali tahun 1576, yang mana hal ini berarti manufaktur melibatkan pembuatan produk dari bahan baku melalui bermacam-macam proses, mesin dan operasi, mengikuti perencanaan yang terorganisir dengan baik untuk setiap aktifitas yang diperlukan. Dilansir dari Kamus Besar Bahasa Indonesia, manufaktur merupakan suatu kegiatan atau proses mengubah bahan mentah menjadi barang untuk dapat digunakan atau dikonsumsi atau digunakan oleh manusia. Dalam prosesnya hal ini meliputi perancangan produk, pemilihan material, dan tahap-tahap proses produk tersebut dibuat. (kompasiana.com, 2015)

Dalam industri manufaktur, negara kita Indonesia sudah cukup dikenal oleh negara-negara asing, yang mana hal ini dapat terjadi karena Indonesia melakukan banyak ikatan kerja sama dengan berbagai negara asing yang salah satunya yaitu melalui perdagangan internasional, atau yang sering kita kenal dengan sebutan ekspor/impor. Ekspor menurut Jenderal Perdagangan Internasional merupakan kegiatan mengeluarkan barang dari daerah pabean (instansi yang mengawasi), sedangkan impor merupakan kegiatan memasukkan barang ke dalam daerah pabean. Perusahaan atau orang yang melakukan kegiatan ekspor disebut sebagai eksportir, sedangkan yang melakukan kegiatan impor disebut importir.

Dalam perdagangan ekspor impor kerap kali kita mendengar adanya istilah migas dan non-migas yang mana hal ini menunjukkan identitas dari produk yang diperjual belikan. Migas merupakan istilah untuk barang-barang yang berkaitan dengan minyak bumi dan gas misalnya solar, bensin, batu bara, gas alam dan lainnya, sedangkan non-migas yang berarti berkaitan dengan sumber daya alam lain selain bahan minyak bumi dan gas, diantaranya adalah kayu, karet, logam mulia (emas, perak dll.), ternak, produk makanan, dan lainnya.

Di Indonesia, Industri manufaktur terbilang cukup memberikan kontribusi besar dalam meningkatkan perekonomian bangsa, pasalnya hal ini dikemukakan langsung oleh pihak Badan Pusat Statistik (BPS) dimana mereka mencatat telah terjadi pertumbuhan produksi terutama pada sektor industri manufaktur besar/edang, dan menurut Bapak Suhariyanto selaku Kepala Badan Pusat Statistik hal ini di karenakan seluruh sektor industri mengalami perbaikan (CNN Indonesia, 2017). Saat ini industri manufaktur Indonesia telah merambah ke tingkat global dalam memberikan kontribusinya, yang mana hal ini dapat kita lihat dari tingkat prestasi yang telah dicapai oleh negara kita berdasarkan kontribusi yang telah diberikan untuk dunia. Dilansir dari website resmi Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, kita Negara Indonesia telah mencapai peringkat 4 dari 15 negara yang industri manufakturnya memberikan kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) lebih dari 10%. (Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, 2016).

Hal ini didukung dengan terbitnya *press release* dari Badan Pusat Statistik mengenai pertumbuhan perekonomian Indonesia berdasarkan besaran PDB per

triwulan I 2018. Dari data tersebut dikatakan bahwa status ekonomi Indonesia mengalami peningkatan sebesar 5,06% jika dibandingkan dengan triwulan I 2017 (y-on-y) yang mana nilai tersebut juga mengalami pertumbuhan jika dilihat dari perbandingan tahun 2017 dengan tahun 2016 yang mana pertumbuhan mencapai angka 5,01%. Dikatakan dalam data tersebut bahwa sector yang menjadi memiliki kontribusi tertinggi dalam pertumbuhan tersebut yaitu lapangan usaha informasi dan komunikasi yaitu sebesar 8,69% dan berdasarkan struktur ekonomi secara spasial, yang berkontribusi paling besar yaitu Pulau Jawa dan Sumatera. Dimana Jawa berkontribusi sebesar 58,67% dan disusul dengan Sumatera sebesar 21,54% (Badan Pusat Statistik (BPS), 2018).

Tabel 1. 1. Industri Manufaktur yang Memiliki Kontribusi Untuk PDB

No.	Negara	Persentase
1	Korea Selatan	29%
2	Tiongkok	27%
3	Jerman	23%
4	Indonesia	22%

Sumber: <http://kemenperin.go.id>

Selain yang ditulis oleh Kementerian Perindustrian Indonesia, salah satu perusahaan konsultan ternama Deloitte juga merangkum peringkat negara dengan kategori negara yang memiliki industri manufaktur yang paling kompetitif pada tahun 2016, dengan proyeksi hingga tahun 2020 mendatang. Pada Gambar 1.1 penulis menampilkan beberapa hal yang dijadikan indikator syarat penilaiannya kompetitif yang dilakukan oleh perusahaan riset Deloitte adalah sebagai berikut:



Sumber: *Deloitte Touche Tohmatsu Limited and US Council on Competitiveness, 2016 Global Manufacturing Competitiveness Index*

Gambar 1. 1 Faktor Penilaian Terhadap *Global Manufacturing Competitiveness Index 2016*

Dalam indeks yang dibuat oleh Deloitte tersebut terdapat 40 negara yang terdaftar didalamnya dan Indonesia merupakan salah satu diantaranya. Yang mana dalam data tersebut Indonesia berada di posisi ke 19 pada tahun 2016, namun di proyeksikan akan mengalami pertumbuhan pada tahun 2020 dengan kenaikan posisi sebesar 4 poin menjadi ranking ke 15 dari 40 negara terdaftar. Berikut pada Tabel 1.2 penulis melampirkan data peringkat untuk *Global Manufacturing Competitiveness Index* tahun 2016 yang telah penulis singkat menjadi 14 negara Asia - Pasifik.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Tabel 1. 2. Manufacturing Competitiveness Index: Asia Pasific Country Rankings 2016

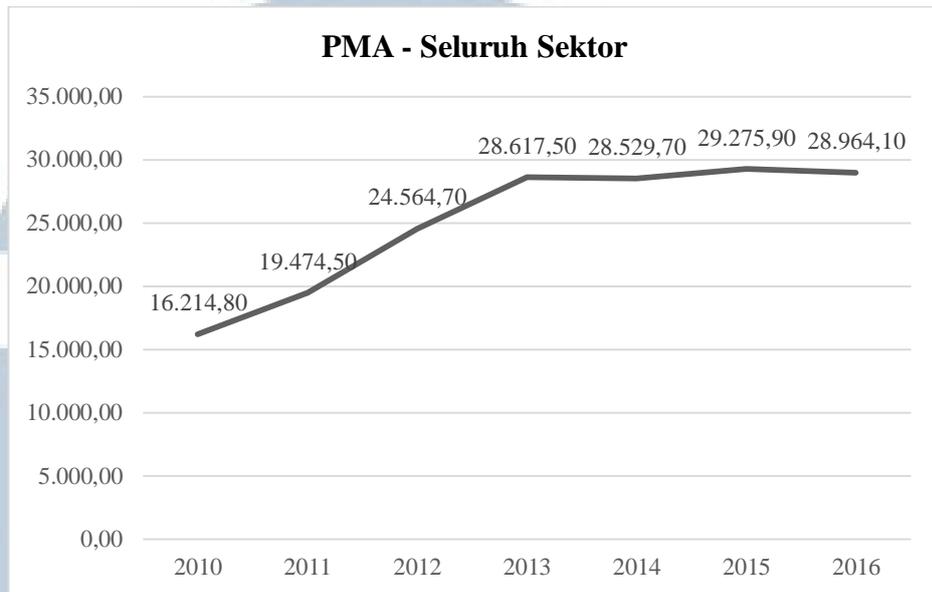
2016 (Current Rank)			2020 (Projected Rank)			
Rank	Country	Index	Rank	2016 vs. 2020	Country	Index
1	China	100.00.00	1	↑	United State	100.00.00
2	United State	99.05.00	2	↓	China	93.05.00
3	Japan	80.04.00	3	↓	Japan	78.00.00
4	South Korea	76.07.00	4	↑	India	77.05.00
5	Taiwan	72.09.00	5	↑	South Korea	77.00.00
6	Canada	68.07.00	6	↓	Taiwan	72.01.00
7	Singapore	68.04.00	7	↓	Canada	68.01.00
8	India	67.02.00	8	↓	Singapore	67.06.00
9	Thailand	60.04.00	9	↑	Vietnam	65.05.00
10	Malaysia	59.00.00	10	↑	Malaysia	62.01.00
11	Vietnam	56.05.00	11	↑	Thailand	62.00.00
12	Indonesia	55.08.00	12	↑	Indonesia	61.09.00
13	Australia	55.05.00	13	↓	Australia	53.04.00
14	Russia	43.09.00	14	↓	Russia	43.06.00

Sumber: <https://www2.deloitte.com>

Dari data diatas dapat kita lihat bahwa Indonesia diproyeksikan mengalami peningkatan dalam bidang manufakturnya, sehingga hal ini dapat menjadi salah satu peluang besar bagi para pelaku bisnis di industri manufaktur di Indonesia untuk terus mengembangkan strategi dagang yang unik dan menjual dengan memperhatikan karakteristik pangsa pasar yang akan dijadikan target *market*.

Dengan adanya kabar baik tersebut, tentunya Indonesia mulai dilirik oleh negara lain untuk dijadikan tujuan investasi. Hal ini dikemukakan oleh salah satu Menteri Perindustrian yakni Airlangga Hartarto Hakul, beliau sangat yakin bahwa potensi industri nasional masih terbuka lebar. Bahkan dalam pertemuan di Jepang, Indonesia sudah dijadikan tujuan investasi oleh beberapa negara berikut diantaranya Jepang, Vietnam, China, Korea. (sindonews.com, 2017). Dari berita diatas, kita dapat lihat bahwa peluang bisnis dalam industri manufaktur bukan lagi hal yang dapat dianggap remeh karena besarnya peluang yang ada serta dampak yang diberikan baik bagi persaingan tingkat nasional maupun internasional.

Tulisan diatas didukung dengan adanya data yang disajikan oleh Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM), yang menunjukkan adanya peningkatan dalam jumlah penanaman modal asing terhadap negara Indonesia. Pada Gambar 1.2 penulis menampilkan grafik penanaman modal asing terhadap seluruh perindustrian Indonesia, dimana pada tahun 2010 hingga tahun 2013 terjadi kenaikan investasi yang cukup signifikan, namun dari tahun 2013 hingga 2016 jumlah investasi cenderung stagnan dan bahkan mengalami sedikit penurunan pada tahun 2016. Kemudian pada Gambar 1.3 penulis menampilkan grafik penanaman modal asing di Indonesia pada industri kertas dan percetakan, pada data tersebut dapat dilihat bahwa dari tahun 2010 hingga tahun 2012, investasi asing cukup tinggi, namun pada tahun 2013 mulai mengalami penurunan terus menerus hingga tahun 2015, akan tetapi pada tahun 2016 investasi yang diterima Indonesia mengalami peningkatan yang sangat signifikan. Berikut penulis melampirkan data Investasi yang di terima oleh Indonesia sejak tahun 2010 hingga tahun 2016 dalam bentuk diagram garis.



Sumber: www.bkpm.go.id

Gambar 1. 2 Grafik PMA - Seluruh Sektor



Sumber: www.bkpm.go.id

Gambar 1. 3 Grafik PMA - Industri Kertas dan Percetakan

Dari Gambar 1.2 dan Gambar 1.3 yang penulis lampirkan diatas dapat kita lihat dengan jelas bahwa untuk investasi asing yang dilihat dari keseluruhan sector, Indonesia mengalami penurunan jumlah investasi sebesar 311,8 (dalam satuan juta US \$). Akan tetapi pada tahun yang sama pada sektor sekunder tepatnya pada industri kertas dan percetakan, Indonesia memperoleh peningkatan investasi yang cukup signifikan yaitu pada tahun 2015 sebesar 706,9 (dalam satuan juta US \$) meningkat pada tahun 2016 menjadi 2.786,6 (dalam satuan juta US \$), peningkatan yang terjadi sebesar 2.079,7 (dalam satuan juta US \$).

Didukung dengan adanya sajian data dari Badan Koordinasi Penanaman Modal- Republik Indonesia (BKPM-RI) periode tahun 2010 hingga tahun 2016 diatas maka dapat dibenarkan pemaparan dari Ahmad Mughira Nurhani selaku Ketua Umum Dewan Pimpinan Pusat Persatuan Perusahaan Grafika Indonesia (PPGI). Beliau mengatakan bahwa salah satu industri yang diproyeksikan masih dapat tumbuh positif yaitu industri kertas dan percetakan hal ini dikarenakan meningkatnya permintaan terhadap produksi kemasan (*packaging*) yang tidak hanya dari dalam negeri saja melainkan dari luar negeri juga dan bahkan permintaan terhadap produk *packaging* memiliki tren penjualan yang cenderung meningkat setiap tahunnya jika dibandingkan dengan produk lain seperti buku, majalah, spanduk, dan lainnya. Beliau juga sempat menambahkan bahwa hingga saat ini kebutuhan akan buku masih belum tergantikan terutama untuk memenuhi kebutuhan buku sekolah maupun memenuhi kebutuhan perkantoran walaupun seperti yang kita ketahui bahwa di era digital ini hampir seluruh sumber persebaran dokumen informasi dan komunikasi yang dulunya dikuasai oleh media cetak seperti

koran, majalah, dan lainnya kini dapat disebar dalam bentuk digital yang bahkan memiliki daya persebaran yang jauh lebih luas, dengan tingkat kecepatan yang tinggi serta biaya yang lebih rendah dibandingkan dengan media cetak.

Percetakan merupakan suatu proses industri yang memproduksi secara massal tulisan ataupun gambar terutama dengan tinta diatas kertas menggunakan sebuah mesin cetak (wikipedia, 2018). Di Indonesia industri percetakan mulai muncul sejak tahun 1596. Pada masa itu industri percetakan masih dikuasai oleh orang Belanda, hingga pada tahun 1667 pemerintah Indonesia berinisiatif untuk mendirikan percetakan sendiri yang mana hal ini bertujuan untuk memenuhi kebutuhan politik bangsa Indonesia dan Belanda untuk mencetak dokumen perjanjian antara kedua belah pihak. Sejak saat itu percetakan Indonesia terus berkembang menjadi media persebaran berita hingga kini.

Hingga saat ini di sudah berdiri kurang lebih 35 perusahaan percetakan yang ada di Indonesia diantaranya yaitu Percetakan Abadi Tegal, Agung CV, Aksaramas Pusaka, Alam Dianraya, Aldian Citrasetya, Asco CV, Cahaya Tiga Bintang, Gramedia, dan lain nya (wordpress.com, 2015). Namun tidak dapat dipungkiri bahwa kemajuan teknologi dalam bidang digital menjadi salah satu hal yang berperan penting terhadap surutnya bisnis percetakan ini sendiri. Tidak sedikit perusahaan percetakan yang gulung tikar dengan adanya era digital dewasa ini.

PT Gramedia *Printing* yang merupakan salah satu dari beberapa perusahaan percetakan yang masih bertahan hingga saat ini telah menangani permintaan percetakan mulai dari buku sekolah, majalah, brosur, hingga percetakan Al-Qur'an

dimana mereka tidak hanya melayani pesanan dari permintaan lokal saja, melainkan dari negara asing yang juga mempercayakan kebutuhan percetakan mereka ke PT. Gramedia *Printing* ini misalnya untuk percetakan Al-Qur'an yang merupakan salah satu permintaan dari negara Malaysia. PT Gramedia *Printing* sendiri telah menjadi pilihan utama masyarakat Indonesia dalam hal percetakan, hal ini dapat dilihat dari konsumen Indonesia yang menggunakan jasa dari PT Gramedia *Printing* berasal dari berbagai kalangan diantaranya perusahaan *real estate*, *fashion*, hingga pemerintah sekalipun.

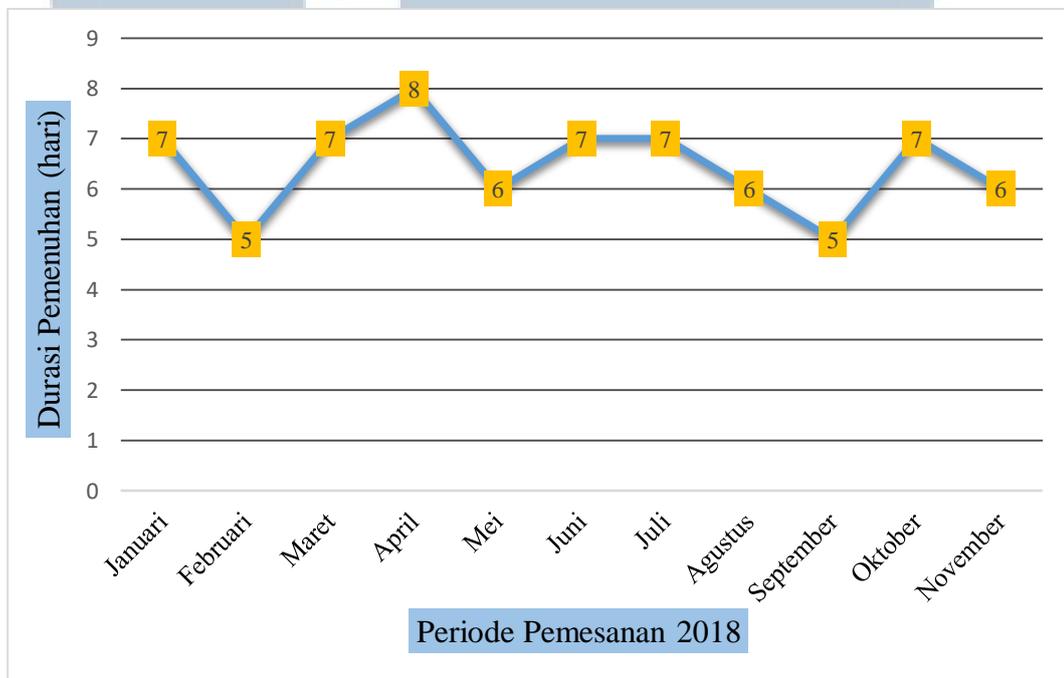
Melihat besarnya *demand* akan jasa percetakan terhadap PT Gramedia *Printing* maka sudah seharusnya perusahaan tersebut memiliki sistem pemenuhan pesanan/ *order fulfillment process* yang baik pula demi memperoleh kepuasan konsumen. Menurut (Krajewski, Malhotra, & Ritzman, 2016) "*Order fulfillment is a process that includes the activities required to provide and deliver the service or product to the external customer.*" Jika penulis artikan sebagai berikut: pemenuhan pesanan yaitu sebuah proses yang mengikutsertakan aktifitas yang diperlukan untuk memenuhi dan mengirimkan layanan jasa maupun barang kepada konsumen akhir. Penulis juga mengutip dari jurnal yang ditulis oleh (Croxtton, 2003), dimana ia mengatakan "*Order Fulfillment is a key process in managing the supply chain. However, the order fulfillment process involves more than just filling orders. It is about designing a network and a process that permits a firm to meet customer request while minimizing the total delivered cost.*" Dan jika penulis artikan ke dalam Bahasa Indonesia maka berbunyi, "Pemenuhan pesanan merupakan proses kunci dalam hal mengatur rantai pasok. Akan tetapi, proses pemenuhan pesanan itu

sendiri memiliki keterlibatan lebih dimana proses tersebut tidak hanya soal memenuhi pesanan melainkan juga tentang bagaimana perusahaan dapat membangun sebuah jaringan dan proses dimana hal tersebut memperkenankan perusahaan memenuhi pesanan konsumen sementara meminimalkan total biaya pemenuhan itu sendiri.”

Di dalam kegiatan OFP itu sendiri terdapat beberapa indikator yang harus dipenuhi sehingga dapat dikatakan bahwa OFP suatu perusahaan itu sudah memenuhi syarat. Yang mana OFP sendiri terdiri dari beberapa rangkaian proses didalamnya menurut (Croxtan, 2003) yaitu: (1) *generate & communicate the order*, (2) *enter order*, (3) *process order*, (4) *handle documentation*, (5) *fill order*, (6) *deliver order*, (7) *perform post delivery activities and measure performance*. Dengan melalui sekian banyak rangkaian proses yang terjadi di dalam OFP, dapat kita lihat bahwa komunikasi menjadi poin utama dalam rangkaian proses tersebut maka menjaga kualitas informasi dan komunikasi merupakan salah satu hal yang harus di perhatikan dengan baik, *statement* ini didukung dengan adanya penelitian yang dilakukan oleh (Forslund, 2007) yang mengatakan bahwa “*information quality in the OFP is a central process for operational logistic flows*” (Croxtan, 2003)

Isu terkait proses *order fulfillment (OFP)* ini sendiri menjadi salah satu hal yang cukup krusial karena dalam rangkaian proses yang dilakukan perusahaan terkait pemenuhan pesanan ini akan berdampak bagi berbagai pihak. Selain perusahaan dan konsumen (perusahaan majalah/ buku) yang melakukan pemesanan produk atau jasa, terdapat pihak lain yang akan terkena dampaknya yaitu *the*

ultimate customer atau yang kita kenal sebagai konsumen terakhir yaitu konsumen yang menggunakan langsung barang atau jasa hasil produksi suatu perusahaan. Berikut merupakan tampilan data terkait permasalahan OFP yang penulis dapatkan dari PT. Kompas Gramedia Palmerah selaku perusahaan pusat yang menerima pesanan dari konsumen, dimana dari data tersebut menunjukkan adanya hal yang harus diperbaiki dalam sistem yang telah diterapkan di perusahaan tersebut.



Sumber: Divisi *Sales & Marketing* PT. Kompas Gramedia

Gambar 1. 4. Grafik Waktu *Order Fulfillment* di PT. Gramedia

Printing Cikarang

Pada Gambar 1.4 berisi informasi mengenai waktu pemenuhan pesanan yang dilakukan oleh PT. Gramedia *Printing* Cikarang, yang mana di dalam kesepakatan yang dilakukan oleh divisi *sales* dengan konsumen, waktu pemenuhan pesanan adalah enam hari kerja, sedangkan dari data diatas dapat kita lihat bahwa dari 11

kali pemesanan, sebanyak 6 kali mereka melebihi waktu pemesanan yang mana dapat disimpulkan telah terjadi keterlambatan pemenuhan pesanan sebanyak lebih dari 50%.

Salah satu fenomena terkait proses *order fulfillment* yang terjadi di pabrik percetakan PT Gramedia yang menjadi fokus penelitian penulis yaitu suatu kondisi dimana divisi *sales* yang menerima *order* dari konsumen dan melakukan proses *dealing* terkait *deadline* pesanan tanpa melakukan konfirmasi lebih lanjut dengan bagian gudang dan pabrik selaku pihak yang menjalankan proses produksi sehingga ketika menerima informasi terkait order tersebut, bagian gudang akan segera melakukan pemesanan bahan sesuai kebutuhan produksi. Hal ini akan sangat mendukung proses produksi jika pesanan yang diterima harus segera dikerjakan, namun beda halnya ketika pesanan yang diterima ini masih memiliki tenggat waktu yang cukup lama. Dimana bahan-bahan kebutuhan produksi yang telah dipesan akan menumpuk digudang yang seharusnya dapat menyimpan bahan produksi untuk pesanan lain yang memiliki tenggat waktu lebih pendek.

Dari fenomena lapangan yang penulis paparkan diatas dapat dilihat bahwa yang menjadi inti dari permasalahan yaitu tentang hubungan internal didalam perusahaan itu sendiri yang belum efisien, yang mana terjadi kurangnya informasi yang disampaikan oleh pihak sales kepada pihak produksi yang berdampak pada perencanaan produksi tampak menumpuk. Menurut (Espino-Rodriguez & Rodriguez-Diaz, 2014) "*Internal capabilities have a greater effect on the creation of value, relational capabilities complement them and help increase value to the consumer.*" Maka dari itu penulis tertarik meneliti bagaimana hubungan internal

yang terjadi di PT GP dalam *order fulfillment process* yang mana hal ini memberi pengaruh yang cukup besar bagi proses penciptaan nilai untuk konsumen menurut (Espino-Rodriguez & Rodriguez-Diaz, 2014) dalam penelitiannya yang berjudul “*Determining The Core Activity in the Order Fulfillment Process*”, dimana hasil dari penelitiannya mengungkapkan bahwa *internal capabilities* memberikan pengaruh lebih besar dalam proses memberikan nilai tambahan (*value added*) untuk *the ultimate consumer*.

Dengan adanya fenomena diatas penulis merasa perlu adanya tindakan peningkatan maupun mengoptimalkan kinerja dari rangkaian OFP itu sendiri yang mana hal ini akan berkaitan dengan banyak divisi di dalam OFP tersebut. Dengan adanya fokus penelitian meningkatkan proses bisnis tersebut, penulis menggunakan metode *Business Process Improvement (BPI)* dengan pendekatan *Model – Based and Integrated Process Improvement (MIPI)*. *BPI* merupakan suatu kerangka sistematis yang dirancang untuk membuat perbaikan secara signifikan terhadap suatu organisasi dalam pelaksanaan proses bisnisnya, yang mana dalam proses perbaikan tersebut *Business Process Improvement (BPI)* membantu dalam penyederhanaan proses bisnis dengan memberikan jaminan kepada pelanggan internal dan eksternal dari organisasi tersebut mendapatkan hasil/ *output* yang lebih baik dari sebelumnya (Harrington, 1991). Pendekatan yang digunakan yaitu *MIPI* yang dikembangkan oleh (Adesola & Baines, 2005), yang mana dalam metodologi ini dapat membantu penulis untuk mengidentifikasi permasalahan yang dialami oleh organisasi/ perusahaan dan mencari target yang akan dilakukan perbaikan, yang mana dalam prosesnya terdapat tujuh langkah pendekatan prosedural sebagai

panduan untuk melakukan pengidentifikasian dan pengambilan keputusan selama proses perbaikan berlangsung. Maka dari itu penulis melakukan penelitian dengan judul sebagai berikut “*BUSINESS PROCESS IMPROVEMENT (BPI) PADA ORDER FULFILLMENT PROCESS (OFP) DENGAN MENGGUNAKAN PENDEKATAN MODEL - BASED AND INTEGRATED PROCESS IMPROVEMENT (MIPI) STUDI KASUS PADA PT GRAMEDIA PRINTING SITE CIKARANG.*”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah penulis kemukakan diatas, berikut beberapa rumusan masalah yang akan diteliti lebih lanjut:

1. Bagaimana proses bisnis *Order Fulfillment* di PT. Gramedia *Printing* saat ini?
2. Berapakah tingkat efisiensi pada proses *Order Fulfillment* di PT. Gramedia *Printing* saat ini?

1.3 Batasan Masalah

Dengan adanya latar belakang yang telah penulis paparkan diatas, dapat diketahui bahwa dalam suatu industri terdapat banyak permasalahan yang dapat terjadi, baik itu yang berkaitan langsung dengan proses produksi, maupun dalam proses penunjang distribusi. Oleh karena adanya keterbatasan yang penulis miliki baik itu dari segi waktu, akses data perusahaan, dan juga kemampuan penulis sendiri maka penulis hendak membuat batasan masalah yang hendak penulis kaji dalam penelitian kali ini, sehingga dapat fokus pada tujuan yang hendak penulis capai diawal perancangan rumusan masalah diatas.

Perusahaan yang menjadi objek penelitian penulis yaitu PT. Gramedia *Printing site* Cikarang, yang mana perusahaan ini memiliki fokus produksi pada percetakan buku, majalah, Al-Qur'an, serta brosur untuk kepentingan komersial maupun politik. Pabrik percetakan ini tepatnya berada di Delta Silicon Industrial Park Lippo Cikarang, di Jalan Angsana Raya Blok 2A No.1, Sukaresmi, Cikarang Selatan, Bekasi Jawa Barat 17530 yang merupakan salah satu kawasan *manufacturing* terbesar di Indonesia.

Dalam penelitian ini bagian yang menjadi fokus pengamatan penulis yaitu Proses *Order Fulfillment*, dimana penulis akan menggali lebih detail terkait prosedur pemenuhan pesanan konsumen khususnya pesanan baru (*new order*) dari konsumen yang belum pernah melakukan kerjasama dengan PT. Gramedia *Printing* sebelumnya, sehingga penulis dapat memberikan saran perbaikan maupun masukan yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan demi meningkatkan efisiensi dan efektifitas proses dengan mengurangi/ memotong proses maupun aktifitas yang tidak diperlukan selama proses *Order Fulfillment* berlangsung.

Alasan penulis memilih *order fulfilment process* sebagai fokus penelitian ini adalah karena penulis menyadari pentingnya peran proses *Order Fulfillment* dalam suatu perusahaan manufaktur yang mana hal ini memiliki dampak yang cukup besar baik bagi konsumen maupun bagi perusahaan yang berperan sebagai pelaku usaha.

Adapun metode yang penulis gunakan dalam penelitian ini yaitu metode *Business Process Improvement* dengan menggunakan pendekatan *Model – Based and Integrated Process Improvement* yang berisikan panduan berupa langkah-

langkah untuk melakukan perbaikan proses bisnis yang penulis kutip dari jurnal utama penulis yaitu penelitian yang dilakukan oleh (Saputri, Yuniaristanto, Hisjam, & Asyrofa, 2016).

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah penulis susun diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis proses bisnis pada bagian *Order Fulfillment Process (As Is)* dan melakukan *re- design/* perancangan ulang untuk proses bisnis menjadi *Order Fulfillment Process (To Be)*
2. Menganalisis tingkat efisiensi dan efektifitas pada proses bisnis *Order Fulfillment Process* di PT. Gramedia Printing.

1.5 Manfaat Penelitian

Dengan adanya tujuan yang telah penulis sampaikan diatas, berikut beberapa manfaat yang dapat diperoleh dengan adanya penelitian ini:

1.5.1 Manfaat Teoritis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan penulis dapat ikut memberikan manfaat secara teoritis bagi teman-teman mahasiswa yang sedang melakukan proses penelitian lanjutan, sekurang-kurangnya semoga penelitian ini dapat membantu memberikan sumbangan pemikiran bagi para mahasiswa yang mungkin mengambil topik penelitian yang berkaitan dengan apa yang penulis kerjakan pada penelitian ini.

Bagi para pembaca, diharapkan penelitian ini dapat menambah wawasan dan memperdalam pemahaman mengenai manajemen operasional dengan terlibat secara tidak langsung dalam proses penyelesaian masalah yang terjadi di lapangan secara nyata.

1.5.2 Manfaat Praktis

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan penulis dapat memberikan kontribusi dalam meningkatkan efisiensi dan efektifitas kerja pada perusahaan manufaktur PT. Gramedia *Printing site* Cikarang. Terutama pada proses *order fulfilment* yang diterapkan di perusahaan, diharapkan saran dan solusi yang penulis cantumkan dalam laporan penelitian ini dapat di implementasikan pada perusahaan demi mengoptimalkan proses produksi dan operasional perusahaan.

1.6 Sistematika Penulisan Laporan Penelitian

Sistematika penulisan laporan penelitian ini yaitu sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bagian ini, penulis menceritakan latar belakang dari penelitian ini, yang berisi alasan kenapa penulis memilih topik ini, pembahasan dimulai dengan pemaparan sejarah mengenai topik yang dibahas pada penelitian ini kemudian menjelaskan bagaimana kaitannya dengan *trend* yang ada saat ini, kemudian penulis juga akan memaparkan permasalahan yang membuat penulis merasa bahwa topik ini pantas untuk diteliti. Selain itu pada BAB I ini penulis juga menyampaikan rumusan masalah, batasan dalam penelitian, serta maksud dan tujuan dilakukannya penelitian ini, dan yang terakhir yaitu penulis menjelaskan sistematika penulisan

laporan penelitian secara garis besar dari BAB I PENDAHULUAN hingga BAB V yang berisikan KESIMPULAN DAN SARAN dari penelitian yang penulis lakukan.

BAB II TELAAH LITERATUR

Pada BAB II ini penulis menjelaskan mengenai teori-teori yang digunakan untuk menjadi landasan penelitian, hal yang disampaikan pada bagian ini berupa definisi suatu teori menurut para ahli ilmu tersebut juga pengertian yang berhubungan dengan topik penelitian penulis. Selain itu, pada bagian ini juga akan penulis sampaikan mengenai penelitian terdahulu yang menjadi referensi bagi penelitian penulis saat ini.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini penulis akan menjelaskan gambaran umum mengenai perusahaan yang menjadi objek penelitian penulis, hal yang dibahas yaitu meliputi sejarah singkat perusahaan, visi misi perusahaan, nilai-nilai yang terdapat dalam perusahaan yang menjadi budaya di perusahaan tersebut, juga mengenai struktur organisasi. Selain membahas mengenai perusahaan, penulis juga akan menguraikan rancangan penelitian, data yang penulis gunakan, cara penulis mengumpulkan data, dan beberapa penjelasan mengenai bagaimana penulis mengaplikasikan metode yang akan penulis gunakan dalam proses penelitian.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini hal yang dibahas oleh penulis sudah fokus pada pembahasan yang merupakan hasil dari penelitian penulis selama berada di lapangan. Dan dalam pembahasan tersebut penulis bagi menjadi dua bagian, yaitu yang pertama

pembahasan penelitian yang penulis kerjakan dengan panduan langkah- langkah perbaikan proses bisnis menggunakan *Model – Based and Integrated Process Improvement (MIPI) method* yang dikemukakan oleh (Adesola & Baines, 2005), yang kedua yaitu pembahasan hasil penelitian berupa perhitungan menggunakan rumus matematis serta perbandingan hasil perbaikan yang penulis lakukan.

BAB V KESIMPULAN

Di bab terakhir ini penulis akan menyampaikan kesimpulan dari penelitian yang penulis lakukan, dan juga penulis akan menyampaikan saran bagi perusahaan yang penulis jadikan objek penelitian, mengenai solusi maupun *alternative* yang dapat diterapkan untuk meningkatkan kinerja dan *profit* perusahaan tersebut.

