

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan dan kemajuan teknologi di era sekarang ini terutama pada barang-barang elektronik sudah bukan lagi menjadi sebuah keinginan masyarakat tetapi menjadi sebuah kebutuhan masyarakat. Khususnya bagi masyarakat Indonesia, dengan jumlah penduduk sebanyak 264 juta tentunya membuat masyarakat Indonesia merupakan pasar yang sangat bagus bagi para pengusaha baik dalam segi *offline* maupun *online* seperti halnya *e-commerce* dan lain sebagainya, dan mempermudah akses masyarakat dalam bertransaksi atau melakukan jual-beli.



Gambar 1. 1 Perilaku Belanja Online di Indonesia

Sumber : Binus (2019)

Dikutip dari [binus.ac.id](http://binus.ac.id) nyatanya masyarakat saat ini lebih mementingkan untuk membeli barang elektronik dari pada pakaian yang biasa dipakai sehari-hari, meskipun keduanya sama-sama kebutuhan tersier. Adanya peningkatan yang signifikan dari pembelian barang elektronik sebanyak 24% terhitung dari tahun 2018-2019. Kemajuan teknologi yang semakin berkembang memberikan kemudahan kepada masyarakat dalam melakukan berbagai hal secara online termasuk dalam berbelanja, ditambah adanya platform *online* seperti: Tokopedia, Shopee, Lazada dan lain sebagainya mempermudah masyarakat dalam berbelanja

tanpa melihat langsung atau datang ke *offline store*. Akan tetapi, dalam berbelanja *online* masyarakat sering kali merasakan ketidakpuasan terhadap barang yang dibeli atau terdapat adanya kecacatan terhadap barang tersebut.

Oleh karena itu, masyarakat lebih berhati-hati dalam memilih produk baik dari segi *image* yang dimiliki perusahaan, kualitas dan harga barang yang dijual. Biasanya, masyarakat sering kali melihat penilaian barang dari pelanggan sebelumnya. Dengan demikian suatu perusahaan harus memberikan suatu kepuasan kepada pelanggannya, mulai dari kecepatan pelayanan yang dipengaruhi oleh manajemen pergudangan, *supply chain* manajemen, distribusi hingga kualitas barang yang dijual, hal ini yang kemudian menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi performa bisnis perusahaan.

Faktanya, manajemen organisasi yang terjadi di perusahaan bisa menjadi sangat kompleks. Agar bisa mencapai efisiensi dan keuntungan, setiap orang seharusnya bisa berkerja dengan giat dalam mencapai suatu tujuan bersama. Dalam mencapai tujuan bersama biasanya diikuti dengan arahan dari atasan yaitu manajer. Menurut Cadden & Lueder (2012), tugas manajer perusahaan adalah bisa menciptakan suatu struktur dan sistem kerja untuk menyatukan tenaga kerjanya serta mencapai tujuan tersebut. Dilihat dari kasus pemilik serta sebagai manajer bisnis skala kecil tentu akan terlibat diberbagai jenis kegiatan atau aktivitas yang dilakukan, semisal sedang menghadapi krisis yang sedang muncul, membaca, berpikir, menulis, berbicara dengan orang, mengatur hal-hal apa saja yang harus dilakukan, mengadakan pertemuan, mengirim e-mail atau surat, melakukan evaluasi kinerja atau memberikan *feedback*, dan merencanakannya. Walaupun jumlah waktu yang dihabiskan untuk setiap kegiatan bisa berbeda-beda, semua kegiatan tersebut bisa dialihkan ke satu atau lebih dari lima fungsi manajemen: perencanaan, pengorganisasian, kepegawaian, pengarahan, dan pengendalian.

Untuk mempertahankan performa bisnis yang dimiliki perusahaan, tidak terlepas dari bisnis dalam skala kecil ataupun besar, diperlukan adanya manajemen. Manajemen merupakan hal yang paling penting dimana menjelaskan mengenai adanya prinsip-prinsip tertentu yang berlaku untuk semua organisasi dalam skala kecil ataupun besar untuk laba atau nirlaba. Menurut Cadden & Lueder (2012), dalam bisnis skala kecil satu orang harus bisa memperhatikan prinsip-prinsip

manajemen karena tanpa adanya pemahaman yang mendasar yakni mengenai bagaimana cara kita mengelola bisnis, maka tidak akan adanya harapan yang realistis untuk bisa menjadi sukses. Kita juga harus ingat bahwa alasan yang paling *general* (umum) yang dikaitkan dengan terjadinya kegagalan bisnis kecil adalah kegagalan yang berada di pihak manajemen itu sendiri.

Meskipun jumlah waktu yang dihabiskan untuk setiap aktivitas akan berbeda-beda, semua aktivitas dapat dialihkan ke satu atau lebih dari lima fungsi manajemen seperti: perencanaan, pengorganisasian, kepegawaian, pengarahan, dan pengendalian.



Gambar 1. 2 Fungsi Manajemen

Sumber: Cadden & Lueder (2012)

Dalam industri perusahaan sangatlah penting untuk menerapkana adanya manajemen, agar strategi atau perencanaan yang akan dilakukan bisa dilakukan secara efisien dan efektif serta sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai. Menurut Cadden & Lueder (2012), terdapat lima fungsi manajemen yaitu adanya perencanaan sebagai proses untuk mengantisipasi kejadian dan kondisi dimasa yang akan datang serta bisa menentukan tindakan untuk bisa mencapai tujuan organisasi. Selain itu adanya pengorganisasian yang terdiri dari pengelompokkan orang dan adanya penugasan kegiatan sehingga tugas yang dikerjakan dapat terlaksana dengan baik dan benar. Setelah itu adanya fungsi kepegawaian yang biasanya melibatkan adanya pemilihan, penempatan kerja, pelatihan karyawan, pengembangan, kompensasi serta evaluasi untuk penelian cara kerja karyawan.

Fungsi manajemen yang lainnya mengarahkan sebagai fungsi manajerial yang dimulai dengan tindakan seperti arahan, pemberian tugas dan yang lainnya serta adanya pengontrolan untuk bisa mengawasi berbagai hal apa saja yang dilakukan karyawannya.

Dalam fungsi manajemen ini mempunyai teknik dan cara-cara dalam mengelola atau mengorganisasikan perusahaan secara efisien dan efektif. Mengadopsi teknik dan cara-cara yang tepat untuk meningkatkan efisiensi dan kinerja perusahaan guna untuk bersaing dengan perusahaan lainnya. Peningkatan efisiensi ini dapat dicapai mulai dari hal yang paling dasar seperti pengontrolan terhadap pemborosan (*waste*) yang terjadi dalam proses produksi, yang mana dalam hal ini menjadi sangat penting yang berpengaruh pada performa operasi pergudangan, distribusi dan memiliki dampak besar terhadap performa bisnis. Dalam mencapai tingkat efisien yang tinggi untuk sumber utama dalam fungsi pergudangan akan mengarah terhadap peningkatan distribusi dan pengiriman ke *supplier*. Hal ini bisa mengurangi pemborosan yang terjadi didalam proses produksi.

Perusahaan manufaktur khususnya dalam bidang teknologi atau barang elektronik menghasilkan berbagai macam jenis produksi masal, sehingga perusahaan mengharuskan untuk menyimpan hasil produksi tersebut ke dalam suatu tempat penyimpanan yang biasa disebut gudang (*warehouse*). Gudang dalam perusahaan merupakan suatu tempat untuk menyimpan suatu barang hasil produksi atau barang yang belum siap diproduksi. Dalam hal ini, gudang menyediakan layanan yang bermanfaat, seperti kemungkinan untuk dengan cepat menanggapi perubahan permintaan atau mengurangi biaya transportasi dan menyediakan layanan pelanggan yang lebih baik. Analisis gudang dan optimasi biasanya dilakukan dalam konteks tradisional, misalnya dengan menggunakan simulasi, akhirnya dalam lingkungan yang tidak pasti. Selain itu, kontribusi yang ada biasanya tidak mempertimbangkan masalah desain gudang dalam konteks perbaikan berkelanjutan.

Menurut Dotoli, Epicoco, Falagario, Costantino dan Turchiano (2015), dengan meningkatnya permintaan pelanggan dan persaingan global, banyak industri manufaktur harus terus memantau dan memajukan proses gudang.

Memang, meskipun tujuan utama pabrik jelas untuk meminimalkan biaya produksi mereka, ada banyak aktivitas yang tidak menambah nilai seperti pergudangan yang berkontribusi untuk menciptakan biaya tambahan dalam keseluruhan produksi. Selain itu, persyaratan utama pelanggan adalah mendapatkan barang yang diinginkan tepat waktu, dengan harga terendah dan dalam kondisi baik. Oleh karena itu, untuk memenuhi perspektif pelanggan dan pabrikan, operasi gudang harus dioptimalkan, menghilangkan inefisiensi dan menjadikannya dapat diandalkan dalam hal biaya. Maka dari itu, pentingnya desain gudang dan perbaikan berkelanjutan muncul dalam manajemen dan pengendalian industri. Dalam sekuennya, perusahaan menyajikan pendekatan yang menangani kebutuhan yang muncul untuk mengimplementasikan operasi *lean* di gudang.

Menurut Richards (2014), gudang yang digunakan untuk menyimpan bahan mentah dan komponen lainnya biasanya dekat dengan titik ekstraksi atau dekat dengan tempat proses produksi, bahan baku yang harus disimpan untuk memastikan produksi berkelanjutan. Dalam gudang penyimpanan tentunya akan didapatkan adanya pemborosan (*waste*). Oleh karena itu perusahaan manufaktur diharuskan untuk mengoptimalkan proses menghilangkan pemborosan (*waste*).

Pengurangan pemborosan sangat penting dibutuhkan di gudang untuk mengoptimalkan kinerja suatu perusahaan. adanya aktivitas yang boros bisa menurunkan keuntungan perusahaan, serta meningkatkan biaya konsumen, menurunkan adanya kualitas, dan bahkan kepuasan terhadap karyawan. Menurut Chiarini (2013), terdapat tujuh jenis *waste* (pemborosan) yang bisa saja terjadi di perusahaan manufaktur yaitu *Overproduction* (kelebihan produksi), *Overprocessing* (proses pengerjaan berlebih), *Inventory* (persediaan berlebih), *Defect* (cacat atau rusak), *Transportation* (pemindahan), *Motion* (gerakan berlebih), *Waiting Time* (waktu menunggu). Dalam pemborosan yang terjadi di gudang terdapat beberapa level pemborosan untuk mengurangi praktek pemborosan diantaranya Receiving, Put-away, Picking, dan Dispatch (Abushaikha et al ., 2018).

Pada wilayah penyimpanan (*warehouse*) terdapat proses lain yang terjadi seperti pengolahan, menyortir, packaging barang yang akan dijual dan dikirim. Hal ini memudahkan perusahaan dalam mendistribusikan produk yang sudah jadi. Disisi lain, gudang tidak hanya menyimpan barang yang sudah jadi (siap produksi)

atau bahan mentah (*spareparts*) tetapi gudang juga digunakan untuk menyimpan barang *reject* (cacat), dan menyimpan *packaging* seperti *buble wrap*, kardus, *stereoform* dan bahan lainnya. Dalam produksi perusahaan tidak semua barang yang dihasilkan perusahaan berbentuk sempurna, kecacatan pada barang sering kali terjadi sehingga barang *reject* atau cacat dalam perusahaan biasanya didistribusikan kepada masyarakat atau kalangan tertentu, dengan harga yang lebih murah dari harga aslinya. Kecacatan yang terjadi dari hasil produksi biasanya terjadi dikecacatan *packaging* produk, kecacatan fisik pada produk, dan mesinnya tidak berfungsi dengan baik.

Selain itu terdapat adanya gudang distribusi yang mana berfungsi untuk menerima barang dari berbagai perusahaan atau pabrik lalu memindahkan barang distribusi ke tempat lain secepat mungkin. Melalui gudang, proses distribusi dapat lebih terencana dan sistematis. Distribusi dalam hal ini adalah suatu penyaluran barang atau jasa dari produsen ke konsumen, setelah itu barang atau jasa tersebut tersebar luas dan banyak dikenal konsumen. Ada beberapa faktor yang menjadi penghambat distribusi, pertama itu sering terjadi di perusahaan atau pabrik adalah jumlah produk (barang atau jasa), dengan era sekarang ini yang sudah berteknologi canggih konsumen dapat melihat produk dari dunia maya atau *social media*, konsumen dapat melihat kualitas atau *review* produk tersebut dari dunia maya, sehingga dari melihat *review* atau kualitas produk tersebut berpengaruh pada banyaknya atau sedikit permintaan konsumen terhadap produk tersebut.

Dari jumlah produk yang banyak diminati maka perusahaan juga harus memerlukan waktu yang lama untuk mendistribusikan produknya. kedua adalah sifat produk karena terkadang masih ada saja produk yang kualitasnya kurang baik, sehingga produk tersebut tidak tahan lama atau rusak, maka banyak konsumen yang merasa kecewa dan berkurangnya minat konsumen terhadap produk tersebut. Yang ketiga adalah sarana komunikasi, komunikasi sangatlah penting bagi siapa pun. Jika kita salah dalam berkomunikasi dampaknya bisa berkepanjangan, dalam dunia distribusi diperlukan sarana komunikasi karena untuk meningkatkan aktivitas pendistribusian dan termasuk juga ada komunikasi yang berkesinambungan. Keempat adalah luas daerah , luas daerah berpengaruh pada waktu. Jika, konsumen

berada di lokasi yang berdekatan maka waktu pengiriman barang akan relatif cepat, begitu pula sebaliknya.

Faktor ke lima adalah faktor biaya, biasanya faktor biaya terkadang dipermasalahkan oleh pihak konsumen ke produsen, karena distribusi merupakan kegiatan yang memerlukan biaya yang cukup banyak (besar), mencakup biaya perjalanan, pajak dan lain-lain. Ke enam adanya faktor pasar adalah sebuah gambaran yang biasanya diikuti perusahaan dalam menciptakan produknya, perusahaan melihat *trend* apa yang sedang diminati konsumen saat ini. Apabila pasar menunjukkan trend yang positif terhadap produknya maka akan meningkatkan aktivitas pendistribusian. Ke tujuh adalah pola pembelian, konsumen memberikan *feedback* baik atau buruknya produk yang kita buat, serta peraturan pembelian dan *feedback* dari distributor akan menjadi pertimbangan berkelanjutan proses pendistribusian. Yang terakhir faktor produsen atau perusahaan, sebagai produsen harus bisa memperhatikan minat atau permintaan konsumen terhadap produk tersebut, sehingga tidak terjadi kesalahan terhadap sifat produk dan terjamin kualitasnya.

Distribusi juga di bagi menjadi dua bagian ada distribusi langsung dan tidak langsung. Untuk distribusi langsung ini barang yang diproduksi suatu perusahaan langsung didistribusikan ke pihak konsumen, dan tidak pihak ketiga atau perantara yang menerima produknya. Distribusi tidak langsung sama dengan distribusi langsung menyalurkan barangnya dari produsen atau distributor ke konsumen, namun ada pihak ketiga atau perantara yang menerima barang tersebut. Distributor adalah pihak yang membeli produk atau barang yang sudah jadi dan barang tersebut dijual ke konsumen atau ke perantara (pihak ketiga). Distributor juga tidak hanya melakukan penjualan produknya secara individu tapi bisa dijalankan didalam perusahaan. Menjadi distributor juga mendapatkan keuntungan dari barang yang dihasilkan perusahaannya, keuntungannya diambil dari harga yang ia dapatkan dari perusahaannya atau produsen dengan harga jual pada retail.

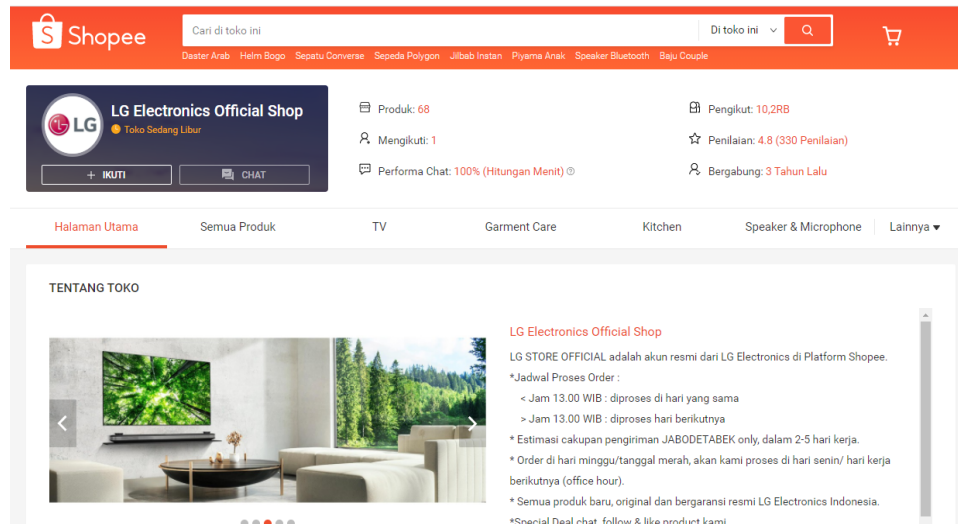
Saat ini banyak pabrik yang menggunakan gudang sebagai tempat penyimpanan distribusi barang dan berpengaruh penting dalam kinerja bisnis perusahaan, salah satunya PT. LG Electronics Indonesia. PT. LG Electronics Indonesia adalah perusahaan multinasional dari Korea Selatan. LG Electronics

adalah perusahaan Korea Selatan kedua terbesar dalam bidang perangkat elektronik dan terbesar ketiga di dunia dalam bidang pembuatan perangkat serupa. LG Electronics Indonesia bergerak dalam merancang dan memproduksi barang-barang elektronik contohnya seperti kulkas, televisi, mesin cuci, *handphone*, AC, dll. Selama kurang lebih 30 tahun didirikan Perusahaan ini memiliki brand image yang cukup besar, yang mana dapat membuat masyarakat lebih *aware* terhadap produk LG. Pentingnya *brand image* ini juga seperti yang dikatakan oleh Sutisna dalam jurnal Alfattih dan Hermani (2017) Citra merek sebagai bentuk pengalaman yang mempunyai fungsi akumulasi dalam pengalaman membeli sepanjang waktu, umumnya organisasi bisnis menyediakan informasi melalui iklan, penjualan langsung atau *public relations* untuk menarik konsumen baru dan mempertahankan konsumen yang ada.

Tidak cukup hanya memiliki *image* yang besar, perusahaan ini tentu harus mengikuti perkembangan zaman, di era digitalisasi saat ini banyak perusahaan atau pabrik-pabrik yang mengikuti perkembangan teknologi, yang mana sudah banyak merubah cara transaksi (pembelian) masyarakat yang awalnya berbelanja melalui *offline store* dan sekarang berpindah menjadi *online store*. Seperti halnya *e-commerce* dan *market place* (tokopedia, Shopee, Lazada, dll).

PT. LG Electronics Indonesia dalam hal ini tentu tidak ingin ketinggalan *trend* yang ada, sehingga PT. LG Electronics Indonesia yang awalnya mempunyai website yang hanya mencantumkan *company profile* dan sekarang menjadi platform yang juga mencantumkan produk, barang, lokasi pembelian, dan halaman untuk mengecek progres perbaikan barang yang *customer service* di perusahaan tersebut. Selain itu, PT LG juga ikut mendaftarkan produknya di berbagai toko *market place* seperti shopee dan Lazada. Kasus ini membuktikan bahwa PT. LG Electronics Indonesia melakukan evolusi yang pada awalnya penjualan hanya bersifat tradisional menjadi digital.





Gambar 1. 3 Shopee (LG Electronics Official Shop)

Sumber : Shopee (n.d)

Dengan demikian, masyarakat akan lebih mudah untuk melakukan transaksi atau membeli produk dari perusahaan LG. Terbukti dengan adanya pertumbuhan penjualan yang pesat di daerah Denpasar pada produk TV yang diproduksi oleh perusahaan ini seperti yang dikatakana oleh Agustini (2019), ”khusus untuk penjualan produk-produk LG pihaknya menerima laporan pertumbuhan hingga 40an%”. Menurut Rozack (2017), tidak berbeda jauh dengan penjualan didaerah Denpasar, didaerah Surabaya produk LG khususnya mesin cuci juga mengalami peningkatan sebanyak 25% pada tahun 2017.

Peningkatan juga terjadi pada penjualan monitor UHD (beresolusi tinggi), menurut HP Sekuritas (2018), berdasarkan data IDC pada 2015 penjualan monitor UHD mencapai 737 unit naik 88 persen pada 2016 menjadi 1.388 unit, dan pada 2017 naik 70,6 persen menjadi 2.368 unit. Dengan demikian, terdapat peningkatan yang secara signifikan terhadap produk yang diproduksi perusahaan LG. Selain itu, didapatkan juga adanya hal lain yang membuat masyarakat masih mempercayai produk LG. Menurut Purwandono (2017), diantaranya produk yang dihasilkan perusahaan ini dinilai memiliki kualitas yang cukup baik seperti awet, hemat listrik, memiliki teknologi inverter terbaru dan harga yang sesuai dengan kualitas barangnya.

PT. LG Electronics Indonesia masih bisa bertahan dan selalu mengalami peningkatan. Sampai saat ini bukanlah suatu hal yang tidak wajar, didukung oleh beberapa hal yang sudah peneliti jelaskan sebelumnya (*brand image*, kemudahan dalam bertransaksi dan kualitas barang). Meningkatnya pembelian terhadap barang elektronik membuat PT. LG Electronics Indonesia harus memproduksi kuantitas produk yang cukup banyak dengan kualitas yang sesuai.

Oleh karena itu, diperlukan adanya sumber daya manusia dan mesin yang berpengaruh pada produktivitas perusahaan serta diperlukan tempat penyimpanan seperti gudang. Gudang mempunyai pengaruh terhadap proses distribusi yang dalam prosesnya sering kali terjadi kesalahan, khususnya pada *Warehouse Waste Reduction* yang secara spesifik digambarkan sebagai berikut :

1. Melakukan pengecekan barang (*spareparts* kulkas) yang *double check*, pengecekan hanya melakukan perhitungan jumlah barang dan tidak melakukan pengecekan kualitas barang serta tempat penyimpanan.
2. Melakukan pengecekan barang (*spareparts* kulkas) yang *double check* dan terdapat adanya kecacatan, oleh pihak karyawan gudang tidak bisa langsung disimpan ke dalam gudang penyimpanan harus menunggu keputusan kepala gudang.
3. Saat pengecekan barang yang disimpan di rak penyimpanan , ada beberapa barang yang tidak sesuai dengan kode atau data informasi yang tertera pada nametag barang tersebut. Sehingga pada proses pengambilan barang (*sparepart*) untuk dipindahkan ke ruangan proses produksi cukup menyita waktu banyak, karena harus dilakukan pengecekan kembali dan dicocokkan sesuai dengan data yang ada pada nametag barang tersebut.

Oleh karena itu, Penulis mengetahui bahwa adanya *waste* atau pemborosan yang terjadi di PT. LG Electronics Indonesia (Cabang Kab. Tangerang) yang membuat keterlambatan dalam proses produksi barang jadi dan banyak menggunakan waktu lembur para karyawannya serta berpengaruh

terhadap kinerja bisnis PT. LG Electronics Indonesia. Penulis juga ingin lebih menggali lagi informasi dan mempelajari mengenai manajemen pergudangan dan juga bagaimana cara mengelola manajemen pergudangan berdasarkan *Level of Warehouse Waste Reduction Practice* ( yang dipengaruhi oleh faktor *Receiving waste, Put-away waste, dan Picking waste* ), yang juga mempengaruhi *Warehouse Operational Performance, Distribution Performance, dan Bussiness Performance* di PT. LG Electronics Indonesia (cabang Kab. Tangerang).

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh positif antara praktik pengurangan pemborosan gudang terhadap kinerja bisnis ?
2. Apakah terdapat pengaruh positif praktik pengurangan pemborosan gudang terhadap kinerja operational gudang ?
3. Apakah terdapat pengaruh positif kinerja operational gudang terhadap kinerja bisnis ?
4. Apakah terdapat pengaruh positif antara praktik pengurangan pemborosan gudang terhadap kinerja distribusi ?
5. Apakah terdapat pengaruh positif antara kinerja operational gudang terhadap kinerja distribusi ?
6. Apakah terdapat pengaruh positif antara kinerja distribusi terhadap kinerja bisnis ?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah dipaparkan diatas, hal-hal yang menjadi tujuan penelitian bagi penulis yaitu :

1. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh positif antara praktik pengurangan pemborosan gudang terhadap kinerja bisnis di PT. LG Electronics Indonesia (cabang Kab. Tangerang).

2. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh positif praktik pengurangan pemborosan gudang terhadap kinerja operational gudang PT. LG Electronics Indonesia (cabang Kab. Tangerang).
3. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh positif kinerja operational gudang terhadap kinerja bisnis PT. LG Electronics Indonesia (cabang Kab. Tangerang).
4. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh positif antara praktik pengurangan pemborosan gudang terhadap kinerja distribusi PT. LG Electronics Indonesia (cabang Kab. Tangerang).
5. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh positif antara kinerja operational gudang terhadap kinerja distribusi PT. LG Electronics Indonesia (cabang Kab. Tangerang).
6. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh positif antara kinerja distribusi terhadap kinerja bisnis PT. LG Electronics Indonesia (cabang Kab. Tangerang).

#### 1.4 Batasan Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menghadapi beberapa keterbatasan yang dapat mempengaruhi hasil penelitian yang penulis lakukan. adapun keterbatasan penelitian tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Keterbatasan waktu penelitian

Waktu yang tersedia untuk menyelesaikan penelitian ini relatif singkat sementara kebutuhan waktu untuk persiapan dan penelitian memerlukan waktu yang cukup lama. Dan harus melakukan perjanjian terlebih dahulu untuk bisa melakukan penelitian ini.

- b. Keterbatasan sumber informasi

Penelitian ini dilakukan di PT. LG Electronics Indonesia yang hanya bisa memberikan informasi singkat, terbatasnya buku dan referensi mengenai proses distribusi dalam upaya peningkatan efisiensi perusahaan tidak banyak tersedia yang

dapat menghambat terkumpulnya informasi dan sumber untuk bahan penyusunan.

c. Keterbatasan izin penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT. LG Electronics Indonesia dengan perizinan yang lumayan sulit dan hanya tempat – tempat tertentu saja. Perizinan ini harus mengikuti aturan yang ditetapkan oleh perusahaan, jadi peneliti harus mengikuti prosedur atau aturan dalam perizinan. setelah menyelesaikan masalah perizinan penelitian, maka peneliti bisa langsung melanjutkan tujuan dari penelitiannya. Dan biasanya dari pihak internal dari perusahaan akan membantu peneliti dalam melakukan penelitiannya.

d. Syarat Responden Valid

Penelitian ini harus memiliki responden yang berkerja sebagai *manager, supervisor, & operator* suatu gudang di PT. LG Electronics Indonesia (Kab. Tangerang).

## 1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diperoleh dari hasil penelitian ini adalah :

### 1.5.1 Manfaat Praktis

- a. Peneliti: Menambah ilmu pengetahuan khususnya dibidang manajemen pergudangan yang berpengaruh terhadap cara kerja di perusahaan, dan lebih memahami sistem kerjanya yang ada di perusahaan khususnya dibagian gudang.
- b. Mahasiswa: Penelitian ini dapat diharapkan bermanfaat bagi mahasiswa atau mahasiswi Universitas Multimedia Nusantara dalam mempelajari atau menyusun proyek akhir dan bisa digunakan sebagai perbandingan untuk penelitian yang sama mengenai manajemen pergudangan dan performa bisnis.
- c. Perusahaan: Merupakan sarana untuk meningkatkan kualitas kinerja di PT LG Electronics Indonesia dalam menghasilkan produk – produk yang berkualitas tinggi. Dan bisa menambah

kelancaran dalam proses distribusi yang berpengaruh terhadap performa bisnis perusahaan agar menjadi efektif dan efisien.

- d. Karyawan: Penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk karyawan di PT LG Electronics Indonesia pada saat operasional gudang berjalan.

#### 1.5.2 Manfaat Teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk memperluas pemahaman dan memberikan kontribusi sebagai referensi sumber informasi serta dapat memberikan sumbangan pemikiran yang berkaitan dengan manajemen pergudangan dan performa bisnis.

### 1.6 **Sistematika Penelitian**

Penelitian ini adalah sistematika penulisan yang akan dibahas dalam tiga bab berikut :

#### 1. BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini membahas mengenai latar belakang masalah yang akan diteliti oleh penulis, dan terdapat rumusan masalah, tujuan penelitian yang akan dicapai oleh peneliti, manfaat peneliti yang diharapkan dalam penelitiannya.

#### 2. BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini peneliti menulis mengenai teori-teori yang berkaitan dengan penelitian yang akan diteliti. Teori-teori ini berkaitan dengan berupa pengertian, definisi, jenis-jenis, dan kutipan – kutipan dari buku yang sesuai dengan penelitiannya.

#### 3. BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini peneliti menjelaskan tentang gambaran perusahaan, struktur organisasi perusahaan, metode-metodenya yang akan dilakukan dalam pengumpulan data serta jenis-jenis atau prosedur pengambilan data.

#### 4. BAB IV ANALISIS dan PEMBAHASAN

Pada bab ini penulis menjelaskan mengenai gambaran mengenai objek penelitian, hasil dari kuesioner yang sudah penulis kumpulkan, serta hasil dari analisis mengenai penelitian yang sudah dilakukan oleh penulis.

#### 5. BAB V KESIMPULAN dan SARAN

Pada bab ini, penulis memberikan kesimpulan dan saran mengenai penelitian yang sudah dilakukan oleh penulis berdasarkan dari hasil penelitiannya. Dari kesimpulan ini penulis berharap dapat bermanfaat untuk menjadi bahan kajian selanjutnya, bab ini juga menjadi hasil akhir dan penulisan skripsi.