

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Persaingan usaha yang ada saat ini memicu perusahaan untuk berlomba-lomba meningkatkan kemampuan bersaing mereka di pasar bebas pada abad ke-21. Pasar bebas merupakan pasar yang telah terhubung dan terintegrasi secara dinamis, oleh karena itu perusahaan berusaha untuk mengembangkan kemampuan mereka dengan tujuan untuk lebih responsif dan fleksibel dalam menjawab perubahan permintaan pasar (Gunasekaran, 2003). Kondisi tersebut memperlihatkan pentingnya teknologi informasi dalam mengintegrasikan *supplier*, produsen, dan distributor untuk mengelola informasi atau data dalam rangkaian *supply chain management (SCM)*.

Chen (2004) menjelaskan bahwa kunci keberhasilan SCM terletak pada perancangan sistem informasi untuk menjamin integrasi pada setiap level yang membutuhkan. Teknologi informasi meningkatkan efisiensi *supply chain* dengan menyediakan informasi yang berhubungan dengan ketersediaan produk, tingkat stok, dan keperluan produksi secara simultan. Teknologi informasi berpotensi memberikan fasilitas kerjasama dalam perencanaan produksi yang melibatkan perusahaan rekanan melalui *sharing data* dan informasi secara *real time*.

Penelitian mengenai perancangan sistem informasi untuk mengintegrasikan sistem perusahaan dalam *supply chain* telah banyak mendapat perhatian dalam literatur. Verwijmeren (1999) menegaskan secara eksplisit tentang pentingnya teknologi informasi dalam pengendalian stok produk pada distributor yang terdistribusi. Banyaknya distributor dan letak geografis yang terpisah jauh merupakan masalah utama dalam integrasi inventori dalam jaringan. Menurut survei yang dilakukan oleh Bradley (1999) terhadap 300 orang eksekutif, lebih dari 92% menyatakan bahwa mereka berencana untuk menerapkan satu atau lebih sistem *supply chain* pada perusahaan mereka.

K.F. Au dan Ho (2002) mengimplementasikan model transaksi antar perusahaan pakaian di hongkong yang tergabung dalam *supply chain*. Dengan infrastruktur teknologi *web*, proses komunikasi antara perusahaan, pelanggan dan pemasok menjadi lebih mudah dan cepat, sehingga respon kepada pelanggan atas penawaran dan permintaan menjadi lebih cepat. Proses integrasi yang dikembangkan dapat menggunakan teknologi email maupun *web marketing*.

Qonita Batik adalah perusahaan yang bergerak di bidang produksi dan penjualan garmen pakaian jadi dengan berpusat di kota Pekalongan. Pada awal produksinya, Qonita

Batik hanya memiliki sebuah *workshop*, dengan beberapa orang tenaga kerja dan sebuah gerai untuk memasarkan dan menjual produknya. Bahan baku untuk produksi masih ditangani secara manual dan variasi produknya hanya pada produksi busana batik saja.

Seiring berkembangnya *trend* garmen dan fesyen di Indonesia, Qonita Batik mengalami perkembangan pesat. Kegiatan usaha Qonita Batik terus berkembang dengan menambah variasi produk hingga tidak hanya berupa pakaian jadi wanita saja, namun juga busana resmi, busana muslim, busana santai, gaun dan aksesoris. Qonita Batik dapat melihat peluang pasar dan terus meningkatkan tingkat produksi *workshop*-nya hingga saat ini tenaga kerjanya telah mencapai 140 orang. Didukung pula dengan dibukanya gerai-gerai butik di pusat perbelanjaan di kota-kota besar, diantaranya seperti Jakarta, Solo dan Tegal dengan lebih dari 200 distributor yang tersebar di kota lainnya.

Saat ini Qonita Batik dalam kegiatan produksinya sudah memiliki rangkaian rantai pasok. Dalam rantai pasok ini, Qonita Batik telah berhubungan secara langsung antara produsen dengan *supplier* atau produsen dengan distributor. Hubungan proses yang terjadi diantaranya masih dilakukan secara manual. Pada hubungan antar sesama internal, terdapat beberapa proses seperti dalam pembukuan data-data penjualan, keuangan maupun keluar masuknya barang yang dirasa masih kurang efisien. Proses-proses ini masih dilakukan secara manual dan *paper-based* dan membutuhkan banyak sumber daya. Untuk mencatat pembukuan, Qonita Batik masih melakukannya secara manual. Menurut hasil wawancara yang dilakukan dengan pemilik dan *staff* administrasi, semua menyatakan bahwa masih terdapat *error* pada pembukuan.

Kesalahan tersebut juga terjadi pada instruksi order. Instruksi *order* yang diberikan tidak sesuai dengan yang diharapkan, sehingga prosedur terpaksa diulang sebagian atau dari awal. Hal ini tentu mengakibatkan terhambatnya lini produksi pada proses berikutnya, sedangkan semakin hari *volume* pengolahan data yang dilakukan akan semakin besar. *Volume* transaksi pada Qonita Batik dapat dilihat pada Tabel 1.1.

Tabel 1.1 *Volume* Transaksi Qonita Batik

No	Bulan	Jumlah
1	Minggu I – April 2010	754
2	Minggu II – April 2010	590
3	Minggu III – April 2010	624
4	Minggu IV – April 2010	632
5	Minggu I – Mei 2010	738
6	Minggu II – Mei 2010	604
7	Minggu III – Mei 2010	627
8	Minggu IV – Mei 2010	641

Pada proses yang terjadi antara internal dengan eksternal, seperti antara Qonita Batik dengan distributor maupun *supplier*. Pemesanan barang yang dilakukan dengan Qonita Batik saat ini hanya melalui telepon dan fax, selama jam kerja. Ini berarti pemesanan tidak dapat dilakukan secara lebih cepat dan efektif. Dalam kasus produk-produk dengan tingkat permintaan tinggi dan fluktuatif seperti *blouse* wanita, seringkali bagian penjualan tidak mengetahui stok yang ada di gudang, sehingga distributor harus menunggu untuk memenuhi permintaan antara 2 sampai 3 hari kerja. Hal ini tidak jauh berbeda dengan masalah pembayaran, baik dengan *supplier* maupun dengan distributor. Petugas administrasi membutuhkan waktu untuk mengecek pembukuan sebelum dapat memberitahukan jumlah hutang atau piutang yang dimiliki Qonita Batik.

Hubungan antara produsen dengan konsumen, salah satunya berupa kepastian mengenai ketersediaan produk. Untuk mengetahui kondisi stok yang ada saat ini, Qonita Batik harus memeriksa terlebih dahulu ke bagian gudang, apakah stok produk masih ada atau tidak. Hal ini sangatlah tidak efisien, karena cukup memakan waktu dan ini berarti mengakibatkan Qonita Batik berpotensi untuk kehilangan pelanggan. Sedangkan untuk berkompetisi dengan perusahaan pesaing, Qonita Batik harusnya lebih siap dalam mengantisipasi permintaan pasar

Oleh sebab untuk menyelesaikan permasalahan yang ada pada proses *existing*, maka dirancang sebuah sistem informasi *Warehouse Management* (WM) dan sistem aplikasi berbasis *web* untuk mengimplementasikannya. Sehingga dalam penggunaan aplikasi ini, para pengguna sistem dapat mengakses dan mengontrol langsung melalui jaringan internet. Dengan adanya perancangan sistem informasi ini diharapkan terjadi peningkatan dalam hal kinerja, baik dari total jumlah pekerjaan maupun waktu respon yang sebelumnya sering tertunda diantara dua transaksi. Tingkat pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan juga dapat ditingkatkan dengan adanya *web marketing*, sehingga perusahaan dapat bersaing dengan perusahaan lain.

1.2 Perumusan Masalah

Beberapa perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana merancang sebuah sistem pergudangan yang dapat meningkatkan keakuratan data di Qonita Batik ?
2. Bagaimana merancang sebuah sistem pergudangan yang terintegrasi dengan entitas lain di dalam rangkaian rantai pasok di Qonita Batik ?
3. Bagaimana merancang sebuah sistem pergudangan yang dapat menunjang pengambilan keputusan di Qonita Batik ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang akan dicapai dengan penelitian ini adalah:

1. Merancang sebuah sistem pergudangan yang dapat meningkatkan keakuratan data di Qonita Batik.
2. Merancang sebuah sistem pergudangan yang terintegrasi dengan entitas lain di dalam rangkaian rantai pasok di Qonita Batik.
3. Merancang sebuah sistem pergudangan yang dapat menunjang pengambilan keputusan di Qonita Batik.

1.4 Manfaat Penelitian

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan beberapa manfaat bagi pihak perusahaan seperti dibawah ini :

1. Tersedianya kualitas informasi yang lebih baik dan mengurangi kesalahan masukan data sehingga proses pemanfaatan informasi menjadi lebih mudah.
2. Menjadi alat untuk memudahkan perusahaan dalam mengelola dan menjalankan beberapa proses yang terkait di dalam aplikasi. Seperti manajemen suplai, manajemen persediaan, dan *web marketing*.
3. Membantu perusahaan untuk mengembangkan aliran informasi agar menjadi lebih rapih dan terkendali serta menjadi bahan yang akurat untuk proses pengambilan keputusan.

1.5 Batasan Masalah

1. Aplikasi ini digunakan sebagai alat untuk mengelola proses aliran informasi pada objek penelitian.
2. Penelitian ini tidak membahas mengenai keamanan penggunaan jaringan internet dan permasalahan teknis mengenai jaringan.