

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Seiring dengan meningkatnya populasi penduduk disuatu negara, seperti negara Indonesia ini, merupakan daya tarik bagipara pengusaha untuk ikut berkiprah dan bergerak dalam bidang industri pangan, karena besaran populasi penduduk merupakan pangsa pasar yang potensial untuk usaha yang berbasis makanan, maka mulailah timbul usaha – usaha baru baik skala industri kecil, industri menengah, serta perusahaan besar, apalagi dibarengi pada meningkatnya teknologi yang semakin handal dengan perkembangan yang sangat cepat sehingga dapat memudahkan para pelaku usaha dalam menjalankan operasionalnya, agar dapat memproduksi makanan dengan hasil yang banyak, dalam kurun waktu yang sangat singkat.

Opsi banyak pilihan bagi para konsumen dalam membeli suatu produk merupakan tantangan yang harus bisa dihadapi oleh pengusaha untuk bisa terus *eksis* didunia industri pangan, keinginan konsumen ketika mencaribahan pangan alternative tersebut pastinya akan memilih produk dengan harga terjangkau tapi berkualitas serta bernilai gizi tinggi. Peran pemerintah untuk membantu serta mendorong agar sektor yang bergerak didunia industry pangan untuk bisa terus tumbuh dan berkembang guna bisa memenuhi kebutuhan pangan nasional sehingga tidak tergantung dari negara luar, karena daerah perindustrian ialah wilayah yang bisa diandalkan didalam menopang kondisi ekonomi Indonesia. Sebagai contoh industri pangan yang saat ini berkembang pesat

adalah industri tepung terigu. Tepung terigu ialah bahan makanan yang masuk dalam sembilan bahan pokok nasional banyak mengandung karbohidrat sehingga cukup baik untuk dibuat sebagai produk pengganti beras. Tepung terigu mempunyai keistimewaan dibandingkan pada jenis tepung lain karena gandum sebagai bahan baku utama tepung terigu mempunyai kandungan gluten, merupakan jenis protein yang menolong pada proses pengembangan terhadap jenis makanan tertentu sebagai contoh roti. Selain dibuat menjadi roti dan mie, tepung terigu bisa dibuat menjadi berbagai jenis makanan yang lain dilihat dari kadar protein yang terdapat pada tepung terigu tersebut. Tepung terigu bisa diterima pada semua pelosok dunia termasuk di Indonesia. Hal ini dibuktikan seiring meningkatnya permintaan tepung terigu dari waktu ke waktu. Permintaan tepung terigu di Indonesia sebagian besar berasal dari industri, baik diolah menjadi roti, mie, pasta, dsb. Dari informasi yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik (BPS) yang terbaru, terdapat 29 perusahaan yang ikut serta bersaing pada jenis bisnis terigu nasional, termasuk salah satu pelopornya adalah PT. ISM bogasari flour mills flour mills, yang saat ini telah memiliki empat pabrik penggilingan biji gandum untuk dijadikan tepung terigu, pabrik – pabrik penggilingan tersebut ada di kota Jakarta, Surabaya, Cibitung dan Tangerang. Dilihat dan ditinjau dari sudut penggunaan, ternyata penduduk Indonesia ternyata mempunyai pola penggunaan makanan yang berbasis dari tepung terigu yang cukup tinggi yang secara rata - rata 18 kg per orang untuk setahunnya, sehingga konsumsi tepung terigu secara nasional akan terus meningkat tiap tahunnya seiring dengan pertambahan penduduk .

Informasi Asosiasi Produsen Tepung Terigu Indonesia (Aptindo) memperlihatkan, pemakaian terigu pada Januari 2020 ini meningkat

sebesar 3% dengan perbandinganperiode yang sama tahun 2019, aktivitas tersebut menjadikan motivasi terhadap produsen industri tepung terigu untuk terus berusaha menaikkan produksinya. Seiring dengan pesatnya pertumbuhan industri tepung terigu di Indonesia, maka persaingan usaha di bidang pengolahan makanan berbasis terigu dan beragamnya kualifikasi permintaan pengguna terigu menjadi tak bisa dihindari lagi, Berikut daftar sepuluh besar hasil produksi dari Industri tepung terigu anggota APTINDO tahun 2009 :

Tabel 1. Kapasitas produksi perusahaan tepung terigu Nasional

**Tabel 1.1**  
**Kapasitas produksi perusahaan tepung terigu Nasional**

No	Nama Perusahaan	Lokasi	kap prod / hari (M/T)
1	PT. ISM Bogasari Flour Mills	Jakarta , Surabaya	11.800
2	PT. Eastern Pearl Flour Mills	Makassar	2.100
3	PT. Sriboga Ratu Raya	Semarang	1.000
4	PT. Pangan Mas Inti Persada	Cilacap	740
5	PT. Bungasari Flourmills	Cilegon	1.200
6	PT. Pundi Kencana	Cilegon	750
7	PT. Lumbung Nasional	Cibitung	300
8	PT. Cerestar Flour Mills	Cilegon	365
9	PT. Golden Grand Mills	Cilegon	600
10	PT. Berkat Indah Gemilang	Tangerang	100

Sumber : APTINDO 2009

Bagi pemain industri tepung terigu yang baru muncul, maka untuk bersaing dengan PT. Bogasari bukan menjadi persoalan yang mudah, dikarenakan Bogasari sudah memiliki infrastruktur yang sudah terpasang dari mulai hulu ke hilir soal jalur pengadaan bahan baku gandum, disamping itu Pt. Bogasari juga memiliki kapasitas pabrik yang sudah siap untuk memproduksi lebih dari 3 juta lebih *metric ton* per tahun, dan juga jaringan distribusi yang sudah terkoneksi dengan baik di seluruh pulau pulau besar dan penjurut tanah air, serta mempunyai merk yang sudah melekat kuat di benak pengguna dalam kurun puluhan tahun.

Namun demikian, pasar konsumsi terigu di Indonesia yang sangat besar dan tersebar diseluruh wilayah Indonesia ini sekaligus menciptakan antusiasme untuk merebut pasar yang selama ini sudah menjadi dominasi tunggal Bogasari. Data APTINDO 2009 juga menyebutkan bahwa 68 % konsumsi nasional diserap oleh pasar domestic dan UKM, dan sisanya 32% diserap oleh konsumen industri seperti pabrik mie, biscuit, dan roti. Volume yang diserap oleh industri inilah yang merupakan peluang besar bagi insudtri tepung terigu yang baru untuk merebut dominasi PT. Bogasari. Bagi industri terigu baru yang notabene menggunakan mesin mesin baru dan utilitas penggunaan sumber daya manusia yang lebih sedikit, sangat berpotensi menekan biaya produksi dan pada gilirannya bisa bersaing dari sisi harga jual tepung terigu.

Berikut gambaran dinamika pangsa pasar industri tepung terigu di Indonesia menurut APTINDO setelah pemerintah menghapus tata niaga tepung terigu menjadi pasar domestik bebas dan dibukanya pula kesempatan pihak swasta untuk melakukan import tepung terigu :

**Tabel 1.2**  
**Pangsa Pasar Industri tepung terigu di Indonesia ( % )**

Tahun	Bogasari	Bedikari	Sriboga	Panganmas	Import
1998	80,53	8,94	4,21	4,01	2,31
1999	65,36	9,6	5,57	5,49	14,09
2000	66,71	8,46	4,98	4,65	15,2
2001	71,02	8,97	6,04	5,37	8,6
2002	71,05	8,14	5,94	4,18	10,65
2003	68,07	10,38	5,82	4,59	10,51
2007	65,11	13,25	4,48	2,57	15,58
2009	57,3	10,3	5,5	3,2	15,5

**Sumber : APTINDO 2009**

Dari data tersebut, persentase penguasaan pasar oleh PT. Bogasari tampak semakin tahun semakin menurun, sedangkan disisi lain seperti pada pabrikan PT. Berdikari dan PT. Sriboga justru angkanya cenderung semakin bergerak naik. Kesempatan importir melihat peluang dan kondisi

kebutuhan konsumsi tepung nasional yang belum mampu dipenuhi oleh pabrik tepung terigu juga menjadi prosentase yang cukup besar dalam menyumbang volume pangsa pasar di tanah air pada tahun tahun tersebut.

Konsumen yang sangat sensitif terhadap harga akan dengan mudah tertarik untuk mencoba mulai menggunakan produk tepung terigu yang selama ini dipasok oleh PT. Bogasari, dan konsumen yang biasanya sangat sensitif mengenai perbedaan harga adalah konsumen industri menengah dan besar. Hal seperti inilah salah satu yang mendapat perhatian PT. Bogasari untuk mulai mengadakan perubahan-perubahan baik itu dari sisi sistem produksi, pembenahan di sisi kualitas, pelayanan pendidikan masyarakat untuk mahir mengolah tepung terigu, perbaikan tingkat pelayanan *delivery*, penambahan titik-titik pengadaan suplai terdekat, dan banyak lagi perubahan semacamnya di setiap lini.

Penulis skripsi, yang kebetulan adalah karyawan PT. Bogasari yang mengabdikan sejak 1994, bisa merasakan langsung kondisi dan situasi perubahan dalam lingkungan pabrik semenjak dibukanya era persaingan bebas industri tepung di dalam negeri. PT. Bogasari mulai melakukan upaya-upaya perbaikan menyeluruh di semua aspek dalam rangka mempertahankan eksistensinya sebagai perusahaan yang sudah berpengalaman dalam dunia makanan berbasis terigu, serta bagaimana menjaga keunggulan-keunggulan yang ada untuk mempertahankan *market share*nya agar tidak semakin lama semakin turun kalah bersaing dengan pabrikan-pabrikan baru.

Persaingan pasar yang semakin ketat dan tuntutan konsumen yang makin bervariasi, mau tidak mau memaksa pihak pabrikan terutama PT. Bogasari yang sudah terbiasa dengan pola dan instrument bisnis yang tradisional harus mengubah "gaya" bisnisnya, dan harus lebih *inovatif*

dalam menangkap selera pasar. Beberapa langkah perubahan yang dilakukan oleh Manajemen PT. Bogasari sebagai sebuah entitas bisnis yang tidak lagi tergantung dengan bantuan dan dukungan pemerintah (baca: Bulog) mulai bergerak *masiv* di sektor sektor krusial sejak tahun 1998.

Penulis mencatat adanya perubahan besar besaran di internal manajemen PT. Bogasari, dimana pencaanangan akan perubahan (*it's time to change*) yang diserukan oleh Direksi PT. Bogasari secara garis besar intinya mengarah pada konsistensi PT. Bogasari sebagai *market leader* produsen terigu nasional untuk mempertahankan posisi pangsa pasar, konsisten menghasilkan produk yang berkualitas, turut menjaga ketahanan pangan nasional dengan merangkul mitra binaan UKM, konsisten juga dalam menghasilkan produk dengan cara yang aman dan sehat untuk seluruh pelanggan (ikrar Bogasari Mutu – 2000). Sebagai implementasi dalam mendukung gerakan Bogasari Mutu tersebut, semenjak masa persiapan era pasar bebas produksi terigu nasional, PT. Bogasari melakukan kegiatan perubahan secara masiv di semua sektor. Diantaranya yaitu :

#### 1. Sektor *Manufacturing*

Dalam rangka meningkatkan pelayanan kebutuhan konsumsi terigu nasional yang semakin meningkat maka di sektor manufacturing Bogasari melakukan hal - hal sebagai berikut :

**Tabel 1.3**  
**Data Proyek Manufacturing Bogasari Surabaya**

No	Tahun	Sektor	Aspek
1	1998	Mill AB	penggantian kapasitas mesin gilling dari 300 menjadi 500 MT/hari
2	1998	Mill CD	penggantian kapasitas mesin gilling dari 300 menjadi 500 MT/hari
3	1998	Mill GH	pendirian mill baru kapasitas 800 MT/hari
4	1999	Unloader	penambahan mesin jetty penghisap gandum
5	1999	Wheat Silo	pembangunan silo baru
6	1999	Pellet Silo	pembangunan silo baru
7	2014	FPS	relayout jalur antrian truk
8	2016	FPS	renovasi atap dan cladding gudang ABC

**Sumber : Development Engineering BS Sby**

## 2. Sektor Quality

Di sektor penjaminan mutu ke pelanggan, PT. Bogasari memelopori digunakannya persyaratan sistem penjaminan mutu berstandart Internasional untuk semua kegiatan operasional dan fungsional diantara pabrikan baru yang tujuan utamanya adalah memberikan kepastian kepada pemakai tepung Bogasari akan kualitas tepung yang stabil, konsisten dalam komposisi kandungan materialnya, dan dijamin dalam pengawasan badan makanan yang tersertifikasi nasional dan internasional. Beberapa uji sertifikasi yang sudah dilakukan oleh PT. Bogasari diantaranya adalah :

**Tabel 1.4**  
**Data Sertifikasi PT.Bogasari Surabaya**

No	Tahun	Titel	Aspek
1	1996	ISO 9001	Sistem Manajemen Mutu
2	2001	ISO 22000	Sistem Manajemen Keamanan Pangan
3	2004	ISO 14001	Sistem Manajemen Lingkungan
4	2004	OHSAS 18001	Sistem Manajemen dan Keselamatan Kerja
5	2009	3751	Standart nasional Indonesia
6	2011	ISO 22000	Management halal
7	2018	ISO 50001	Management energi

**Sumber : HRD Bogasari Surabaya**

### 3. Sektor *Commercial*

Pola distribusi penjualan yang dikerjakan oleh Bulog sejak 1971 dengan model kuota DO (*delivery order*) sudah tidak lagi efektif digunakan dalam era persaingan, Bogasari dengan sendirinya harus membentuk tim Penjualan dan Marketing sendiri yang harus dekat langsung dengan pasar dan konsumen. Beberapa hal dan langkah besar yang dilakukan disektor ini adalah :

**Tabel 1.5**  
**Data Commercial Project – era APTINDO Bogasari Surabaya**

No	Tahun	Sektor	Aspek
1	1997	Distribusi	Membentuk Distributor di tiap tiap kota besar seluruh Indonesia
2	1998	Distribusi	Membentuk jalur distribusi lapis kedua dengan WS club
3	1998	Distribusi	Membentuk paguyuban UKM Mie, Roti, dan Jajan Pasar
4	1999	Marketing	Membangun sekolah pengolahan tepung BBC di tiap kota besar representatif
5	2000	Marketing	Roadshow program SBB Sajian Bersama Bogasari di tingkat kecamatan
6	2003	Support	Pengiriman curah via bulk truck
7	2010	Marketing	Bogasari Expo tiap tahun di kota besar representatif
8	2011	Marketing	Pelatihan manajemen usaha dan keuangan UKM tingkat advance via program K I A T
9	2012	Distribusi	Membangun depo tepung untuk stockpoint di kabupaten representatif
10	2014	Transportasi	Layanan franco pengiriman ke UKM dan Industri
11	2014	Support	Program e-booking yang bisa diakses lewat aplikasi
12	2017	Support	Loading dock monitoring
13	2018	Traffic	Program layanan antrian truk

**Sumber : MPC Bogasari Surabaya**

Dengan demikian tuntutan yang harus dipenuhi oleh disetiap perusahaan, baik itu perusahaan manufaktur maupun perusahaan – perusahaan bidang pangan lainnya, haruslah bisa menyeimbangkan persediaan baik bahan baku maupun *stock* produk siap jual yang cukup. Jadi operasional perusahaan bisa beraktifitas secara baik dan efisien. Dapat diambil kesimpulan bahwa setiap jenis perusahaan membuat inspeksi atau pemeliharaan yang membuat sistem yang *terintergrade* antar semua bagian, karena dengan adanya sistem yang terkontrol bisa

menolong perusahaan pada pencapaian yang seefektif dan efisien pada prosesnya. Tujuan dari adalah sistem yang tepat yaitu untuk mengurangi pengeluaran operasional sekecil-kecilnya, jadi dapat mengoptimalkan performa perusahaan, untuk menjaga langkah perubahan yang dilakukan secara *masiv* oleh Bogasari ini agar tetap serempak satu irama di setiap seksi. Penulis sebagai salah satu Kepala Seksi yang membawahi pekerjaan dan pengawasan seluruh kegiatan di seksi FPS (*Finished Product Store*) dituntut juga oleh pihak Management untuk berkontribusi melakukan upaya perubahan di internal seksi FPS.

Perlu diketahui juga PT. ISM bogasari flour mills Flour mills yang telah lama berkiprah dan bergerak dibidang tepung terigu nasional, merupakan pabrik penggilingan gandum terbesar di dunia dan juga telah menguasai 52 % pangsa pasar (*market share*) tepung terigu nasional untuk tahun 2019 menyadari hal tersebut yang telah dijabarkan diatas, yaitu selalu memberikan pelayanan serta memenuhi kebutuhan permintaan konsumen tersebut tujuannya agar bisa meningkatkan penjualan dan menjaga konsumen tetap loyal dengan memakai produk kita, karena dengan keberadaan perusahaan-perusahaan baru dengan berbagai program layanan yang menarik membuat posisi perusahaan berbasis tepung terigu yang sudah lebih dahulu berdiri harus mampu mewaspadai adanya perusahaan - perusahaan baru tersebut yang yang tentunya sudah menyiapkan strategi untuk bisa merebut pasar tepung terigu, juga masyarakat akan semakin selektif dalam menentukan pilhan product yang akan dibeli untuk memenuhi berbagai kebutuhannya.

Langkah lain yang dilakukan PT. ISM bogasari flour mills yaitu membentuk keunggulan pada persaingan dengan menggunakan langkah-

langkah yang tepat pada operasionalnya, termasuk bagaimana agar proses dan sistem yang dijalankan bisa seoptimal mungkin, yaitu dengan cara mempermudah konsumen ketika akan mengambil produk di Bogasari serta strategi mendekatkan produk dengan konsumen selain juga berusaha untuk mempercepat proses pelayanan pemuatan dan *deliverynya*, salah satu bentuk nyatanya dengan membangun depo – depo di beberapa kota yang strategis, selain bertujuan agar dapat meningkatkan ketersediaan produk juga strategi mempercepat jalur distribusi tepung terigu ke tangan konsumen, selain itu keberadaan depo juga difungsikan sebagai menampung produk siap jual ke konsumen ketika jumlah produksi harus ditingkatkan berkaitan dengan strategi manajemen terkait *supply* bahan baku dari negeri pengimpor gandum, atau juga karena kebijakan pemerintah terkait harga jual. Melihat fenomena itu tiap waktu PT. Bogasari akan terus menambah jumlah depo – deponya di daerah, hingga saat ini secara total sudah memiliki gudang depo sebanyak 23 tempat yang tersebar di wilayah Indonesia, rinciannya adalah 16 depo tersebut berada di *covering area* Bogasari Jakarta dan 7 depo tersebut berada di *covering area* Bogasari Surabaya. Lokasi depo - depo area Bogasari Surabaya sendiri berada di kota Probolinggo, Malang, Kertosono, Boyolali ditambah tiga depo di luar pulau yaitu berada di kota Banjarmasin, Samarinda dan Manado, *Supply* produk untuk depo diatur dan dikendalikan oleh bagian transportasi yang bekerja sama dengan pihak kedua untuk penyediaan armadanya.

Penerapan strategi sangat penting bagi perusahaan, karena strategi merupakan salah satu cara untuk mencapai tujuan perusahaan. Menggunakan definisi dalam Kamus Cambridge, strategi adalah rencana terperinci yang dirancang untuk berhasil dalam berbagai situasi seperti perang, politik, bisnis, industri, atau olahraga. Kami sangat

membutuhkan kemampuan untuk merancang dalam kondisi ini untuk mencapai tujuan kami dengan lebih efektif. Pada dasarnya segala sesuatu yang kompetitif membutuhkan strategi, karena jika tidak ada strategi, maka pesaing harus bergantung pada takdir mereka sendiri untuk memainkan peran terbesar atau terpenting. Perusahaan harus mampu menghadapi masalah atau hambatan dari faktor internal maupun eksternal dalam perusahaan.

Proses distribusi adalah bisnis dan selalu menjadi bagian dari bisnis. Pengiriman adalah proses pengiriman barang dari gudang ke konsumen. Dalam proses distribusi salah satu hal yang harus diperhatikan adalah kepuasan konsumen, karena kepuasan konsumen mempengaruhi keberhasilan penjualan produk. Salah satu keputusan konsumen adalah barang sampai ke konsumen tepat waktu dan produk sesuai dengan harapan.

Perusahaan harus berinovasi dan mengembangkan strategi agar mampu mengenali kekuatan dan kelemahan kompetitor serta menguasai area penjualan (sales area management). Oleh karena itu, agar perusahaan dapat menguasai pasar regional, perlu dikembangkan suatu strategi perencanaan pengelolaan wilayah kerja penjualan melalui analisis dengan menggunakan metode SWOT.

Penerapan dalam analisis SWOT mencakup kelebihan, keunggulan tersebut bersifat positif dan menonjol dalam perusahaan. Kekurangan merupakan hal-hal yang tidak dimiliki perusahaan. Peluang merupakan potensi keuntungan perusahaan. Tantangannya adalah ancaman perusahaan untuk memperluas pasar untuk mendapatkan keuntungan. Dari satu sisi manajemen terus mengharapkan agar produk kita bisa dijual dengan harga yang *kompetitif* guna bisa bersaing dengan *kompetitor*, satu

sisi yang lainnya harus mencari cara mengurangi biaya – biaya yang timbul akibat proses yang kurang optimal, efisien dan efektif dalam pelaksanaan kerja baik di pabrik Surabaya maupun di depo. Bentuk strategi yang lagi dilakukan adalah bagaimana proses pengiriman yang ke depo dilakukan dengan cara yang sistematis dan optimal, bentuk strategi tersebut adalah dengan menaikkan sekaligus produk beserta pallet nya ke atas truk untuk kiriman yang khusus ke depo agar bisa memaksimalkan beberapa diantaranya waktu pemuatannya yang dilihat masih terlalu lama, waktu pengisian produk yang dibatasi jam operasional karyawan dan tenaga muat, juga diharapkan untuk bisa mengurangi jumlah broken bags yang terjadi baik ketika proses *handling* ke atas bak truk maupun ketika dilakukan pembongkaran di depo, mengurangi tenaga kerja muat dan bongkar yang ada di depo, mengurangi kesalahan muat baik jumlah maupun capnya.

Meruntut penjelasan dan fenomena di atas tersebut, maka penulis berkeinginan mengambil judul “EVALUASI STRATEGI PENERAPAN EFEKTIFITAS SISTEM KERJA DELIVERY PLUS PALLET KE DEPO DI PABRIK BOGASARI SURABAYA”

## 1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang permasalahan yang sudah dijabarkan di atas, serta juga menurut Dr. Zaroni, CISCIP., CFMP (2017), “pengelolaan *inventory* di gudang membutuhkan suatu proses pemindahan bahan dengan cepat, akurat, dan aman serta ekonomis. Golongan *stock keeping units* (SKU) yang banyak dan kuantitas yang besar tidak mampu ditangani dengan tenaga kerja secara manual.” Kemudian, dengan mengamati proses *delivery* di Bogasari yang sudah dijelaskan di atas, dengan mengkonfrontasikan hal tersebut dengan teori Dr. Zaroni ini, penulis

menarik benang merah bahwa unsur manual sangat berpengaruh besar dalam terjadinya kesalahan proses *delivery* yang sering terjadi di Bogasari. Sehingga untuk rumusan masalah pada observasi ini yaitu :

1. Bagaimana sistem kerja untuk pemuatan produk ke ke atas bak truk yang berlakudi PT. ISM bogasari flour mills ?
2. Bagaimana proses pengiriman produk ke depo yang dijalankan di PT. ISM bogasari flour mills ?
3. Apakah kondisiinfrastruktur yang ada mendukung untuk proses pengiriman produk plus pallet kedepo di PT. ISM bogasari flour mills Surabaya ?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Ditinjau dari rumusan masalah, jadi tujuan observasi dalam skripsi ialah berikut ini:

1. Untuk mengetahui bagaimana evaluasi penerapan strategi efektifitas sistem kerja *delivery* plus pallet kiriman kedepo di pabrik Bogasaari Surabaya bisa dilakukan.
2. Untuk mengetahui seberapa efektifkah proses pengiriman produk kedepo plus pallet dilakukan.
3. Untuk mengetahui kesiapan insfratruktur pendukung untuk menjalankan proses *delivery* plus pallet ke depo yang dijalankan.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

*Ouutput* observasi dan analisa diminta bisa bermanfaat untuk :

1. Bagi perusahaan

Observasi diminta bisa memberikan sumbangan pemikiran yang bermanfaat untuk terus meningkatkan jumlah penjualan dengan kepuasan pelanggan bagi perusahaan terutama yang berkaitan

dengan proses pengiriman produk yang kedepo – depo yang tersebar didaerah.

2. Bagi STIE Mahardhika Surabaya

Dapat memberikan karya penelitian dan menambah penelitian ilmiah untuk mendukung perkembangan manajemen pemasaran khususnya pengetahuan tentang proses pengiriman produk ke gudang, serta dapat mengaplikasikan teori yang diperoleh penulis selama mengikuti kuliah di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mahardhika Surabaya. Hasil observasi ini juga diharapkan bisa menyumbangkan manfaat di STIE Mahardhika Surabaya dan untuk pengkaji lain secara khusus Mahasiswa STIE Mahardhika Surabaya yang melakukan observasi selanjutnya dengan tema sama bisa menggunakannya sebagai referensi observasi yang ingin dilakukan.

3. Bagi peneliti

Hasil observasi ini bisa meningkatkan ilmu dan pengetahuan mengenai tinjauan pustaka bagaimana cara mengoptimalkan sebuah proses, merubah sistem yang sudah berjalan yang sudah diajarkan di perkuliahan dapat diterapkan *diaplikasikan* ke perusahaan.

