Manajemen Biaya Strategik Perusahaan Ritel Khususnya Penyedia Produk Impor: Studi Kasus PT. X

Saragih, Marina Julanita, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20470987&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Perusahaan ritel adalah organisasi bisnis yang kegiatannya menjual barang maupun jasa kepada konsumen pemakai akhir. Dengan demikian kegiatan ritel adalah semua kegiatan yang menjamin ketersediaan produk mulai dari proses transfer produk tersebut dari supplier hingga produk tersebut sampai di tangan konsumen.

Kegiatan utama PT X sebagai perusahaan ritel adalah kegiatan pembelian merchandise, kegiatan penanganan logistik untuk barang masuk maupun pendistribusiannya, kegiatan pemasaran dan penjualan serta kegiatan pelayanan purna jual. Untuk menunjang kelancaran kegiatan utama tersebut, PT X juga melaksanakan kegiatan-kegiatan pendukung antara lain kegiatan manajemen dan sumberdaya manusia, membangun infrastruktur perusahaan, menggunakan teknologi-teknologi penunjang pelaksanaan pekerjaan serta melakukan berbagai kegiatan - kegiatan keuangan.

Dari analisa internal perusahaan diidentifikasi memiliki kekuatan maupun keunggulan dibanding pesaing pada kegiatan pembelian berkaitan dengan kepemilikan hak distributorship produk, keunggulan dalam kegiatan pemasaran & penjualan dikaitkan dengan lokasi-lokasi toko yang strategis, keunggulan dalam kegiatan pelayanan purna jual dikaitkan dengan citra perusahaan dalam persepsi konsumen. Namun demikian perusahaan juga diidentifikasi memiliki kelemahan dalam hal penanganan logistik dikaitkan dengan masalah ketepatan waktu, tingginya biaya penanganan logistik, harga jual produk yang sedikit lebih mahal dibanding pesaing serta biaya operasional yang tinggi.

Untuk mempertahankan keunggulan bersaing maka perusahaan perlu mempertahankan dan memperkuat semua faktor kekuatan yang telah dimilikinya. Perusahaan juga perlu mengatasi kelemahan-kelemahannya dengan melakukan hal-hal berikut, mencari berbagai alternatif yang dapat menurunkan biaya penanganan logistik, memberikan standar kerja waktu untuk semua kegiatan penanganan logistik serta melakukan pengendalian biaya untuk bidang-bidang yang tidak secara langsung mempengaruhi rangkaian kegiatan kerja.

Dari analisa posisi strategik perusahaan disimpulkan bahwa perusahaan memiliki peluang yang lebih besar dibanding pesaing serta memiliki kekuatan bersaing yang lebih besar dibanding pesaingnya. Perusahaan diidentifikasi menjalankan misi bertumbuh dan melakukan strategi diferensiasi dalam menghadapi persaingan. Kedua strategi yang diambil merupakan perpaduan strategi yang serasi dikaitkan dengan sistem pengendalian perusahaan.

Dari analisa pemicu biaya dihasilkan bahwa faktor-faktor pemicu biaya adalah faktor waktu dalam penanganan logistik barang, penyebaran lokasi toko-toko penjualan, luas dan desig. toko penjualan, manajemen pengaturan inventori serta fluktuasi kurs mata uang.

Untuk mengontrol pemicu biaya tersebut maka perusahaan perlu memperhatikan hal-hal antara lain, memberikan standar waktu penanganan logistik di setiap bagian yang berkaitan dengan penanganan logistik, mengoptimalkan biaya pengiriman barang melalui pengaturan waktu, jumlah pengiriman maupun negosiasi harga. Melihat alternatif pengurangan biaya dengan mengganti perusahaan pengangkutan yang sekarang digunakan, merubah design toko yang sekarang ada untuk tujuan memperkecil ratio nilai inventori yang harus disediakan toko dengan nilai penjualan yang dihasilkan, melakukan pembelian produk berdasarkan perencanaan pembelian serta melakukan lindung nilai untuk pembelian mata uang-mata uang pembayaran.