
ANALISIS MANAJEMEN RANTAI PASOKAN PADA PONSEL SAMSUNG DI SAMSUNG CENTER ITC MANADO.

THE INFLUENCES ANALYSIS OF COSTUMER RELATIONSHIP MARKETING, CUSTOMER VALUE ANDEXCELLENT PRODUCT TO CUSTOMER LOYALTYOF PT. PEGADAIAN (PERSERO) KANWIL V MANADO

Kristina Paoki¹, Paulus Kindangen², Arrazi Hasan Jan³

^{1,2,3}Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Universitas Sam Ratulangi, Manado 95115, Indonesia

Email: ¹Paokikristina@gmail.com

ABSTRAK

Manajemen rantai pasokan (*supply chain management*) adalah pengintegrasian aktivitas pengadaan bahan dan pelayanan, pengubahan menjadi barang setengah jadi dan produk akhir, serta pengiriman ke pelanggan. Seluruh aktivitas ini mencakup aktivitas pembelian dan outsourcing, ditambah fungsi lain yang penting bagi hubungan antara pemasok dengan distributor. Tujuan utama dari manajemen rantai pasokan adalah penyerahan atau pengiriman produk secara tepat waktu demi memuaskan konsumen, mengurangi biaya, meningkatkan segala hasil dari seluruh supply chain, mengurangi waktu, memusatkan kegiatan perencanaan dan distribusi. penerapan supply chain management di masa seperti ini cocok di terapkan, karena system ini memiliki kelebihan dimana mampu manage aliran barang atau produk dalam suatu rantai pasokan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui manajemen rantai pasokan dan untuk mengetahui keadaan digudang perusahaan guna meningkatkan efisiensi distribusi ponsel Samsung di Samsung Center ITC Manado. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya manajemen rantai pasokan dalam perusahaan sangat memungkinkan tercapainya peningkatan efisiensi dalam proses distribusi ponsel samsung di samsung center ITC manado dari pusat ke pengecer dan berakhir pada konsumen di wilayah Sulawesi Utara. Penerapan manajemen rantai pasokan sangat baik dan menguntungkan bagi perusahaan, karena sistem ini memiliki kelebihan dimana mampu me-manage aliran barang atau produk dalam rantai supply. Sistem manajemen rantai pasokan khususnya dalam aktifitas pendistribusian produk samsung telah berjalan baik, sehingga meningkatkan efisiensi distribusi produk samsung sampai kepada pengguna di Kota Manado.

Kata Kunci: Manajemen, Rantai Pasokan, Supply Chain Management.

1. PENDAHULUAN

Latar Belakang

Dewasa ini begitu banyak persaingan produk-produk yang dipasarkan. Dalam membangun daya saing, banyak perusahaan menerapkan *supply chain management* (SCM) atau manajemen rantai pasokan untuk mencapai tujuan organisasi dan meningkatkan efektivitas sebagai bagian perbaikan nilai kepada pelanggan, pemanfaatan sumber daya yang lebih baik, dan peningkatan profitabilitas (Lee, 2000). Salah satu hal yang membuat perusahaan distributor bertahan adalah penyediaan produk yang tepat bagi konsumen di waktu yang tepat, dan dalam biaya ekonomis. Ketersediaan produk dan harga jual yang ekonomis hanya dapat terjadi jika ada koordinasi yang baik antara perusahaan retail dengan pihak-pihak dalam rantai suplainya. Koordinasi antara pihak-pihak dalam rantai suplai tidak hanya melibatkan koordinasi persediaan saja, tetapi juga informasi tentang pasar yang berguna bagi perencanaan perusahaan. Kekurangan persediaan produk pada distributor akan berakibat kehilangan penjualan, sedangkan kelebihan tertentu akan berakibat menumpuknya produk dan meningkatnya biaya pemeliharaan persediaan. Selain itu, koordinasi dengan toko-toko cabang sebagai salah satu mata rantai suplai adalah penting, dimana kantor pusat dapat berbagi informasi dan mengumpulkan informasi mengenai masing-masing supplier agar pengelolaan suplai dan perencanaan penjualan produk dapat dilakukan dengan lebih baik. Dengan demikian peran serta supplier, perusahaan transportasi dan jaringan distributor adalah dibutuhkan. Kesadaran akan adanya produk yang murah, cepat dan berkualitas inilah yang melahirkan konsep baru tahun 1990-an yaitu Manajemen rantai pasokan / *Supply Chain Management* (SCM). SCM adalah suatu konsep atau mekanisme untuk meningkatkan produktivitas total perusahaan dalam rantai suplai melalui optimalisasi waktu, lokasi dan aliran kuantitas bahan. Manufakturing, dalam penerapan *supply chain management* (SCM), perusahaan-perusahaan diharuskan mampu memenuhi kepuasan pelanggan, mengembangkan produk tepat waktu, mengeluarkan biaya yang rendah dalam bidang persediaan dan penyerahan produk, mengelola industri secara cermat dan fleksibel. Pemasok sudah pasti ada dalam rantai pasokan. Para pemasok pasti dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhan dari bahan baku atau bahan jadi. Semua perusahaan memerlukan manajemen rantai pasokan tidak terkecuali perusahaan pada ponsel Samsung (Nama Samsung sendiri dalam bahasa Korea Selatan berarti “tiga bintang”). Samsung merupakan brand yang sudah tidak asing lagi terutama pada konsumen ponsel pintar/smartphone. Perusahaan ini didirikan oleh Lee Byung Chull di Korea Selatan pada tahun 1938 sebagai perusahaan perdagangan makanan. Perusahaan ini mengalami sukses dan kemudian pada tahun 1954, Samsung membangun pabrik pakaian wol terbesar di Korsel. Samsung masuk ke bisnis elektronik pada tahun 1960. Produk pertama mereka adalah televisi berlayar hitam putih. Samsung Electronics menjadi produsen *memory chip* terbesar di dunia pada tahun 1992 dan produsen chip nomor dua setelah intel. Pada tahun 1995, Samsung menciptakan layar LCD pertama dan kemudian menjadi pabrikan LCD terbesar. Kini, Samsung adalah pemimpin pasar elektronik yang disegani. Adapun tiga jenis produk samsung yang diproduksi oleh samsung, yakni:

- a) Elektronik konsumen yang terdiri dari: Bisnis tampilan visual yang merupakan Smart TV; Bisnis peralatan digital; Bisnis solusi cetak; dan Bisnis peralatan kesehatan dan medis.
- b) Ti Komunikasi Seluler yang terdiri dari: Bisnis komunikasi seluler; Bisnis jaringan; dan Bisnis pencitraan digital yang menyediakan kamera digital.
- c) Solusi Perangkat yang terdiri dari: Produk memori; Bisnis LSI Sistem; dan Bisnis LED

Dilihat dari unit terjual, Samsung saat ini adalah produsen ponsel terbesar sesuai data yang diperoleh dari International Data Corporation (IDC), diketahui bahwa secara internasional persediaan dan penjualan produk ponsel samsung antara lain sebagaimana ditemukan dalam data berikut ini:

Tabel 1 Top Five Smartphone Vendors, Shipments, Market Share and Year-Over-Year Growth, Q4 2015 Preliminary Data (unit in Millions)

Vendor	4Q15 Shipment Volumes	4Q15 Market Share	4Q14 Shipment Volumes	4Q14 Market Share	Year-Over-Year Growth
Samsung	85,6	21,4%	75,1	19,9%	14,0%
Apple	74,8	18,7%	74,5	19,7%	0,4%
Huawei	32,4	8,1%	23,6	6,3%	37,0%
Lenovo	20,2	5,1%	14,1	3,7%	43,6%
Xiaomi	18,2	4,6%	16,5	4,4%	10,0%
Others	168,3	42,1%	174,0	46,1%	-3,3%
Total	399,5	100%	377,8	100%	5,7%
Lenovo + Motorola	20,2	8,1%	24,7	6,5%	-18,1%

Sumber: IDC Worldwide Quarterly Mobile Phone Tracker, January 27, 2016

Sedangkan jumlah ketersediaan ponsel samsung pada tahun 2015 adalah 324,8 juta unit dan menduduki peringkat satu dunia. Hal ini sesuai data berikut:

Tabel 2 Top Five Smartphone Vendors, Shipments, Market Share and Year-Over-Year Growth, Calendar Year 2015 Preliminary Data (unit in Millions)

Vendor	2015 Shipment Volumes	2015 Market Share	2014 Shipment Volumes	2014 Market Share	Year-Over-Year Growth
Samsung	324,8	22,7%	318,2	24,4%	2,1%
Apple	231,5	16,2%	192,7	14,8%	20,2%
Huawei	106,6	7,4%	73,8	5,7%	44,3%
Lenovo	74,0	5,2%	59,4	4,6%	24,5%
Xiaomi	70,8	4,9%	57,7	4,4%	22,8%
Others	625,2	43,6%	599,9	46,1%	4,2%
Total	1,432,9	100%	1,301,7	100%	10,1%
Lenovo + Motorola	73,9	5,16%	93,7	7,20%	-21,1%

Sumber: IDC Worldwide Quarterly Mobile Phone Tracker, January 27, 2016

Kesuksesan Samsung didukung oleh beberapa faktor penunjang yang menjadi kekuatan bagi perusahaan ini. Kekuatan Samsung antara lain adalah Samsung memiliki kemampuan untuk melepas produk baru dengan sangat cepat. Hal ini terjadi karena organisasinya mirip dengan organisasi militer, sangat disiplin dan manajemennya sangat berkuasa. Mereka mensponsori klub sepak bola Chelsea dan juga Olimpiade.

Semakin banyak kebutuhan akan alat komunikasi, semakin tinggi pula tingkat persaingan. Penerapan dan praktek manajemen rantai pasokan untuk penyediaan barang serta pendistribusian barang sangat diperlukan bagi perusahaan distributor. Mengingat semakin tinggi tingkat perekonomian di Indonesia, maka semakin tinggi pula tingkat persaingan dalam dunia usaha dan bagi para pelaku bisnis. Banyak perusahaan yang saling berlomba untuk mendapatkan posisi teratas dalam penjualan, dengan memperbaiki kualitas produknya terlebih khususnya lagi dalam hal mendistribusikan produk agar bisa berjalan secara efektif dan efisien hingga mencapai tangan konsumen.

Secara khusus untuk produksi Samsung di Indonesia berdasarkan data yang diperoleh dari Indonesia IT Online Store Dimensidata.com diketahui bahwa melalui pabriknya di Jawa Barat, Samsung awalnya memproduksi dengan kapasitas 100 ribu unit per bulan pada tahun 2014 dan pada periode berikutnya memproduksi 900 ribu unit. Di Sulawesi Utara khususnya Kota Manado, manajemen rantai pasokan ponsel Samsung dilaksanakan dalam menunjang perekonomian daerah. Hal ini jika dilihat dengan potensi daerah dalam menunjang hal ini, yakni “Perekonomian Sulawesi Utara terletak relatif dekat dengan kawasan Pasifik yang sedang dan semakin pesat perkembangan perekonomiannya. Yang saat ini dilengkapi dengan fasilitas prasarana bandara internasional dan pelabuhan laut yang sudah memiliki akses cukup luas, baik untuk transportasi domestik maupun internasional. Keunggulan posisi strategis Sulawesi Utara dengan ditunjang oleh sejumlah prasarana dan sarana yang cukup memadai, merupakan modal dasar yang harus dikelola secara optimal agar dapat berperan dalam memacu percepatan pembangunan di Provinsi Sulut di era perdagangan bebas (BKPM, 2009).” Penelitian ini dilakukan di Samsung Center ITC Manado yang terletak di antara Jalan Pierre Tendean dan Jalan Sam Ratulangi, Propinsi Sulawesi Utara. IT Center hadir sebagai Mall Strata Title pertama di Manado, dan tampil sebagai pusat Tecno dan Lifestyle terlengkap dan nomor satu di Kota Manado. Berdasarkan penjelasan di atas, maka penulis tertarik meneliti tentang: “Analisis Manajemen Rantai Pasokan Pada Ponsel Samsung di Samsung Center ITC Manado”.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah dipaparkan, maka dirumuskan masalah penelitian ini, yaitu “Bagaimana Manajemen Rantai Pasokan pada ponsel Samsung di Samsung Center ITC Manado sudah efektif dan efisien?”.

Tinjauan Pustaka Landasan Teori

Manajemen Rantai Pasokan (*Supply Chain Management*) Menurut Wiludjeng, (2007: 2), kata “manajemen”, diterjemahkan dari kata bahasa Inggris “*management*” yang artinya: manajemen, managemen, pengelolaan, ketatapengurusan, dan lain sebagainya. Kata ‘manajemen’ ini berasal dari kata dasar *To manage*, yang berarti: *mengatur (mengelola)*. Dari pengertian katanya ini, maka dapat dikatakan bahwa: secara sederhana, kata manajemen berarti: aktivitas mengatur atau mengelola dalam sebuah organisasi atau lembaga dalam kehidupan masyarakat. Jika dikaji secara etimologis, maka menurut Kambey, (2006: 1), kata ini berasal dari kata Latin “*managere*” (“*manus*” dan “*agere*”). “*Manus*” artinya “tangan”, dan “*agere*” berarti “melakukan”. Jadi secara etimologis, kata ini berarti : me-nangan-i atau mengendalikan. Dalam *Encyclopedia of the social science* dikatakan bahwa manajemen adalah suatu proses dengan mana pelaksanaan suatu tujuan tertentu diselenggarakan dan di awasi. Griffin mendefinisikan manajemen sebagai sebuah proses

perencanaan, pengorganisasian, pengkoordinasian, dan pengontrolan sumber daya untuk mencapai sasaran (*goals*) secara efektif dan efisien. Efektif berarti bahwa tujuan dapat dicapai sesuai dengan perencanaan, sementara efisien berarti bahwa tugas yang ada dilaksanakan secara benar, terorganisir, dan sesuai dengan jadwal. Manajemen belum memiliki definisi yang mapan dan diterima secara universal. Istilah rantai pasokan pertama kali dikemukakan oleh Oliver dan Webber. Manajemen rantai pasokan dulunya berawal dari urusan logistic militer, sangat berperan dalam menentukan kemenangan perang, terutama pada perang dunia kedua. Ketika jaman perang sudah lewat, teknik logistic ini sangat terpakai pada urusan pengiriman barang. Di sini terjadi kerjasama antara perusahaan pengiriman dengan gudang, dan pengaturannya mulai dilakukan oleh pihak ketiga.

Tujuan Manajemen Rantai Pasokan

Tujuan utama dari *supply chain management*, yaitu:

- (1) Penyerahan/pengiriman produk secara tepat waktu demi memuaskan konsumen;
- (2) Mengurangi biaya;
- (3) Meningkatkan segala hasil dari seluruh supply chain (bukan hanya satu perusahaan);
- (4) Mengurangi waktu; dan
- (5) Memuaskan kegiatan perencanaan dan distribusi.

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Manajemen Rantai Pasokan

Berikut ini merupakan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan desain jaringan dalam rantai pasokan:

- a. Faktor strategik. Sebuah strategi bersaing perusahaan memiliki dampak signifikan pada keputusan jaringan desain dalam rantai pasokan. Perusahaan yang berfokus pada *cost leadership* akan berusaha untuk menemukan atau menciptakan biaya yang paling rendah untuk fasilitas-fasilitas manufakturingnya. Perusahaan yang berfokus pada tingkat kecepatan merespon cenderung untuk menempatkan fasilitas yang tertutup pada pasar dan mungkin memilih lokasi yang berbiaya tinggi jika pilihan tersebut memenuhi perusahaan untuk memberi reaksi secara cepat pada perubahan pasar yang diperlukan. Jaringan rantai pasokan global dapat mendukung tujuan strategic perusahaan dengan peranan fasilitas yang berbeda di tempat yang berbeda pula;
- b. Faktor teknologi. Karakteristik yang terdapat pada teknologi produksi memiliki dampak yang signifikan terhadap keputusan jaringan desain. Jika teknologi produksi menampilkan economies of scale yang signifikan, sedikit lokasi yang berkapasitas tinggi akan lebih efektif. Berbeda halnya dengan fasilitas yang berbiaya tetap yang lebih rendah, banyak fasilitas-fasilitas lokal yang dipersiapkan karena ini akan membantu biaya transportasi yang lebih rendah. Fleksibilitas dalam teknologi produksi berdampak pada tingkat konsolidasi yang dapat dicapai oleh jaringan;
- c. Faktor makroekonomi. Faktor-faktor ini meliputi pajak, bea cukai, tingkat kurs, dan faktor ekonomi lainnya yang tidak ada dalam diri perusahaan tersebut. Faktor ini memiliki dampak yang signifikan terhadap kesuksesan atau kegagalan dari jaringan rantai pasokan;
- d. Faktor politik. Stabilitas politik dalam suatu negara merupakan hal yang sangat dipertimbangkan karena memiliki dampak yang signifikan terhadap peranan dalam pilihan lokasi. Perusahaan lebih memilih untuk menempatkan fasilitas pada lokasi atau negara yang memiliki tingkat stabilitas yang memberikan kejelasan dalam hal aturan-aturan perdagangan dan kepemilikan;
- e. Faktor infrastruktur. Keberadaan infrastruktur yang baik merupakan prasyarat yang penting dalam mengalokasikan fasilitas pada area tertentu. Infrastruktur yang jelek akan semakin menambah biaya bisnis;
- f. Faktor kompetitif. Perusahaan harus mempertimbangkan strategi, ukuran, dan lokasi pesaing saat merancang jaringan rantai pasokannya. Pembuatan keputusan penting perusahaan adalah saat menetapkan fasilitas perusahaan tersebut agar tidak dapat diakses oleh pesaing atau dengan kata lain jauh dari pesaing;

- g. Waktu respon pelanggan dan kehadiran lokal. Perusahaan yang memiliki target pelanggan yang dapat merespon dalam waktu yang cepat harus menempatkan fasilitas yang tertutup bagi pelanggan tersebut. Jika perusahaan mengirimkan produknya kepada pelanggan, itu berarti bahwa transportasi haruslah sedikit dibangun dan tetap meningkatkan waktu respon yang singkat. Pilihan ini berakibat meningkatnya atau bertambahnya biaya transportasi. Lebih lanjut, banyak situasi yang menghendaki fasilitas-fasilitas tersebut bagi para pelanggan; dan
- h. Biaya logistik dan fasilitas. Biaya logistik dan fasilitas yang terjadi dalam rantai pasokan dapat mengalami perubahan seperti jumlah fasilitas, lokasi dan alokasi kapasitas. Perusahaan harus mempertimbangkan, persediaan, transportasi dan biaya fasilitas saat perusahaan tersebut merancang jaringan rantai pasokan. Semakin kecil biaya transportasi, maka jumlah fasilitas semakin besar. Jika jumlah fasilitas bertambah pada suatu titik dimana dalam perjalanan economics of scale hilang, maka biaya transportasi bertambah. Jumlah total logistik adalah seluruh persediaan, transportasi dan biaya fasilitas.

Landasan Empiris

Walewangko (2013). Meneliti tentang dampak Implementasi Manajemen Rantai Pasokan Guna Meningkatkan Efisiensi Distribusi PT. Daya Adicipta Wisesa. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa rantai pasokan merupakan bagian yang sangat penting dalam kelancaran suatu bisnis. Penerapan dan praktek manajemen rantai pasokan untuk penyediaan serta pendistribusian barang sangat diperlukan bagi perusahaan distributor. Distribusi yang optimal akan menjadi kunci dari keberhasilan perusahaan dalam menjalankan bisnisnya. Manajemen rantai pasokan juga memungkinkan tercapainya peningkatan efisiensi dalam proses distribusi. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui dampak dari implementasi manajemen rantai pasokan yang dinilai dari segi pemasok barang juga keadaan di gudang perusahaan guna meningkatkan efisiensi distribusi motor pada PT. Daya Adicipta Wisesa. Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif, metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah. Kesimpulan penelitian ini bahwa, sistem manajemen rantai pasokan terlebih khususnya lagi dalam aktifitas pendistribusian unit seperti sepeda motor Honda pada PT. Daya Adicipta Wisesa telah berjalan baik, sehingga meningkatkan efisiensi distribusi motor Honda. Chrisna Staillon Budiman, 2015. Meneliti tentang Identifikasi desain jaringan manajemen rantai pasok kopra di Kota Manado. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa Hasil identifikasi desain jaringan manajemen rantai pasok kopra pada Kelurahan Bengkol dan Tongkaina di Kota Manado meliputi para petani-pedagang pengumpul-industri-distributor yang menyalurkan kepada konsumen. Hasil observasi lapangan menunjukkan bahwa desain jaringan yang ada sangat merugikan pihak petani. Ini disebabkan oleh terjadinya perbedaan dari segi waktu dan biaya antara petani dan pengumpul. Perbedaan mencolok berada pada segi waktu, seperti petani membutuhkan waktu rata-rata 3 bulan untuk sekali panen dan dijual ke pedagang pengumpul. Sedangkan pedagang pengumpul hanya membutuhkan waktu maksimal 1 minggu untuk mendistribusikan atau menjualnya di industri/pabrik. Semakin panjang proses yang dilalui maka semakin besar biaya yang dikeluarkan. Dengan alasan itulah maka petani sangat dirugikan. Belum adanya suatu wadah organisasi petani/kelompok tani yang benar-benar terorganisir dan tetap secara berkesinambungan. Stevany Carter Wuwung, 2013. Meneliti tentang Manajemen Rantai Pasokan Produk Cengkeh Pada Desa Wawona Minahasa Selatan. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa masalah biaya sangatlah diperlukan untuk menjalankan kegiatan dengan baik.

2. HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Penerapan Manajemen Rantai Pasokan dalam meningkatkan efisiensi distribusi ponsel Samsung di Samsung Center ITC Manado

Supply chain adalah sekumpulan aktifitas (dalam bentuk entitas/fasilitas) yang terlibat dalam proses transformasi dan distribusi barang mulai dari bahan baku paling awal dari alam sampai produk jadi pada konsumen akhir. Menyimak dari definisi ini, maka suatu *supply chain* terdiri dari perusahaan yang mengangkut bahan baku dari bumi/alam, perusahaan yang mentransformasikan bahan baku menjadi bahan setengah jadi atau komponen, supplier bahan-bahan pendukung produk, perusahaan perakitan, distributor, dan retailer yang menjual barang tersebut ke konsumen akhir. Dalam *supply chain* ada beberapa pemain utama yang merupakan perusahaan yang mempunyai kepentingan yang sama, yaitu: 1. *Supplies*; 2. *Manufactures*; 3. *Distribution*; 4. *Retail Outlet*; dan 5. *Customers*. Ada 3 macam hal yang harus dikelola dalam *supply chain* yaitu: Pertama, aliran barang dari hulu ke hilir contohnya bahan baku yang dikirim dari supplier ke pabrik, setelah produksi selesai dikirim ke distributor, pengecer, kemudian ke pemakai akhir. Kedua, aliran uang dan sejenisnya yang mengalir dari hilir ke hulu dan Ketiga adalah aliran informasi yang bisa terjadi dari hulu ke hilir atau sebaliknya. Di dalam menciptakan sebuah sistem manajemen yang dapat menjawab tantangan dalam bidang rantai pasokan, kita terlebih dahulu perlu melihat lebih dalam tentang bagaimana proses *supply* dan *demand*

3. PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan penjelasan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Manajemen rantai pasokan dalam perusahaan memungkinkan tercapainya peningkatan efisiensi dalam proses distribusi ponsel samsung di samsung center ITC manado dari pusat ke pengecer dan berakhir pada konsumen di wilayah Sulawesi Utara. Penerapan manajemen rantai pasokan sangat baik dan menguntungkan bagi perusahaan, karena sistem ini memiliki kelebihan dimana mampu *me-manage* aliran barang atau produk dalam rantai *supply*.
2. Sistem manajemen rantai pasokan khususnya dalam aktifitas pendistribusian produk samsung telah berjalan baik, sehingga meningkatkan efisiensi distribusi produk samsung sampai kepada pengguna di Kota Manado. \

Saran

Saran yang bisa diberikan adalah diharapkan perusahaan harus tetap mempertahankan proses manajemen rantai pasokan atau yang disebut oleh pihak perusahaan sebagai *supply chain management* yang telah berjalan dengan baik, juga setiap proses dalam penerimaan maupun pengiriman produk samsung yang telah berjalan dengan baik dan efisien, sekiranya dapat terus dipertahankan untuk meningkatkan efisiensi kerja dan keuntungan yang diperoleh pihak outlet.

DAFTAR PUSTAKA

Paper dalam Jurnal

- [1] Yessica M. Walewangko, Manajemen Rantai Pasokan Guna Meningkatkan Efisiensi Distribusi Motor Honda Pada PT. Daya Adicipta Wisesa, Jurnal EMBA 1245 Vol.1 No.3 September 2013. ISSN 2303-1174
- [2] Walewangko (2013) Implementasi Manajemen Rantai Pasokan guna Meningkatkan

Efisiensi Distribusi Motor Honda Pada PT. Daya Adicipta Wisesa.

Buku

- [3] Hansen dan Mowen (2006), Akuntansi Manajemen, Jakarta: Salemba Empat.
- [4] Hasibuan, Malayu S.P, 2006, Manajemen Dasar, Pengertian, dan Masalah, Edisi Revisi, Bumi Aksara:Jakarta.
- [5] Hasibuan, Malayu S.P, 1984, Manajemen dasar, pengertian dan masalah, Jakarta: Penerbit Gunung Agung

Artikel dari Internet

- [6] Lembaga Riset Hongkong, diolah oleh Counterpoint dalam <http://id.techinasia.com>.“Penjualan Ponsel Samsung di Indonesia” Diambil oleh penulis pada September, Tahun 2016
- [7] Ling Li (2007). Supply Chain Management: Concept, Techniques and Practices. Enhancing Value Through Collaboration. World Scientific Publishing Co. Pte. Ltd
- [8] Mulyamah (1987:3), “pengertian Efisiensi” diakses dalam laman internet Google.com dengan alamat website: <https://dansite.wordpress.com/2009/03/28/pengertianefisiensi/>
- [9] Pengertian “Efisiensi”, diakses dalam laman internet Google.com dengan alamat website <https://contohdanfungsi.blogspot.co.id/2013/10/pengertian-efisiensi-dan-efektivitas.html>