

BAB 2

TINJAU PUSTAKA

2.1 Profil Instansi

RIZKITTA merupakan perusahaan yang bergerak dibidang produksi roti, perusahaan telah menangani pekerjaan pembuatan dan pengiriman produk roti dengan berbagai macam rasa, diantaranya yaitu Coklat,Keju,Kelapa,Strawberry dll. Saat ini perusahaan industri roti RIZKITTA sudah mempunyai banyak pelanggan yang tersebar ke seluruh wilayah Kabupaten Purwakarta Seperi Toko dan Pasar. Perusahaan ini bertempat di kabupaten Purwakarta, di jalan KP Margamukti RT.008/004 Desa Cilandak Kecamatan Cibatu.

2.1.1 Sejarah Instansi

Perusahaan roti RIZKITTA adalah sebuah perusahaan milik perseorangan, berupa perusahaan pabrik roti berdiri pada 04 januari 2010 didirikan oleh TATI SURYATI di Purwakarta. Tujuan utama dari perusahaan selain untuk mendapatkan keuntungan juga untuk memenuhi kebutuhan masyarakat Purwakarta khususnya di bidang makanan berupa roti .

Pada saat kepemimpinanya perusahaan mengalami kemajuan pesat dan pasti. RIZKITTA merupakan perusahaan yang bergerak dibidang produksi roti, perusahaan telah menangani pekerjaan pembuatan dan pengiriman produk roti dengan berbagai macam rasa, diantaranya yaitu Coklat,Keju,Kelapa,Strawberry dll. Saat ini perusahaan industri roti RIZKITTA sudah mempunyai banyak pelanggan yang tersebar ke seluruh wilayah Kabupaten Purwakarta Seperi Toko dan Pasar.. Perusahaan melakukan pemasaran terhadap produk yang diproduksi sendiri dengan sistem ‘titip barang’ kepada toko-toko, warung-warung yang ada di Purwakarta. Sistem titip barang adalah dimana bagian sales roti dari perusahaan menitipkan roti yang diproduksi RIZKITTA ke toko-toko, warung-warung yang menjadi pelanggan tetap untuk kemudian dijual kembali, kemudian pada saat pemesanan kembali, barang yang tidak terjual diambil kembali sebagai retur, dan sales perusahaan mengganti dengan roti yang baru.

Sejak berdirinya perusahaan, perusahaan roti RIZKITTA telah menjalin hubungan dengan banyak pelanggan di pasar, warung dan toko. Perusahaan Industri Roti RIZKITTA merupakan salah satu produk makanan ringan roti dengan berbagai rasa seperti : manis, asin, dan kombinasi dan digemari seluruh masyarakat khususnya di Purwakarta karena mempunyai mutu yang baik dan terjangkau harganya maka Roti RIZKITTA mulai dikenal masyarakat Purwakarta. Pada awalnya Roti RIZKITTA dikenal di pasar pasar seperti pasar rebo dan pasar simpang (Purwakarta) Setelah beberapa tahun mengalami kemajuan akhirnya RIZKITTA ini telah dikenal di masyarakat Purwakarta dan mengalami kemajuan pesat sampai sekarang karena kerja keras dan keuletan dari para karyawan Usaha RIZKITTA yang solid dan kompak.

Pada awal pendirian, RIZKITTA terletak di jalan di jalan KP Margamukti RT.008/004 Desa Cilandak Kecamatan Cibatu. Pemilihan lokasi perusahaan industri roti berdasarkan atas studi kelayakan. Dalam menentukan lokasi setiap perusahaan akan mempertimbangkan hal-hal yang mendorong kemajuan perusahaan salah satunya yaitu faktor geografis dan faktor ekonomis.

2.1.2 Logo Instansi

Logo bagi perusahaan merupakan identitas dari suatu instansi sebagai jati diri perusahaan. Logo Perusahaan RIZKITTA dapat dilihat pada Gambar 2.1



Gambar 2. 1 Logo RIZKITTA

2.1.3 Keterangan Logo

Dari logo tersebut diatas, mengandung makna tersendiri bagi Perusahaan Industri Roti RIZKITTA.

2.1.4 Visi dan Misi

Adapun visi dan misi Perusahaan Industri Roti RIZKITTA adalah sebagai berikut:

a. Visi

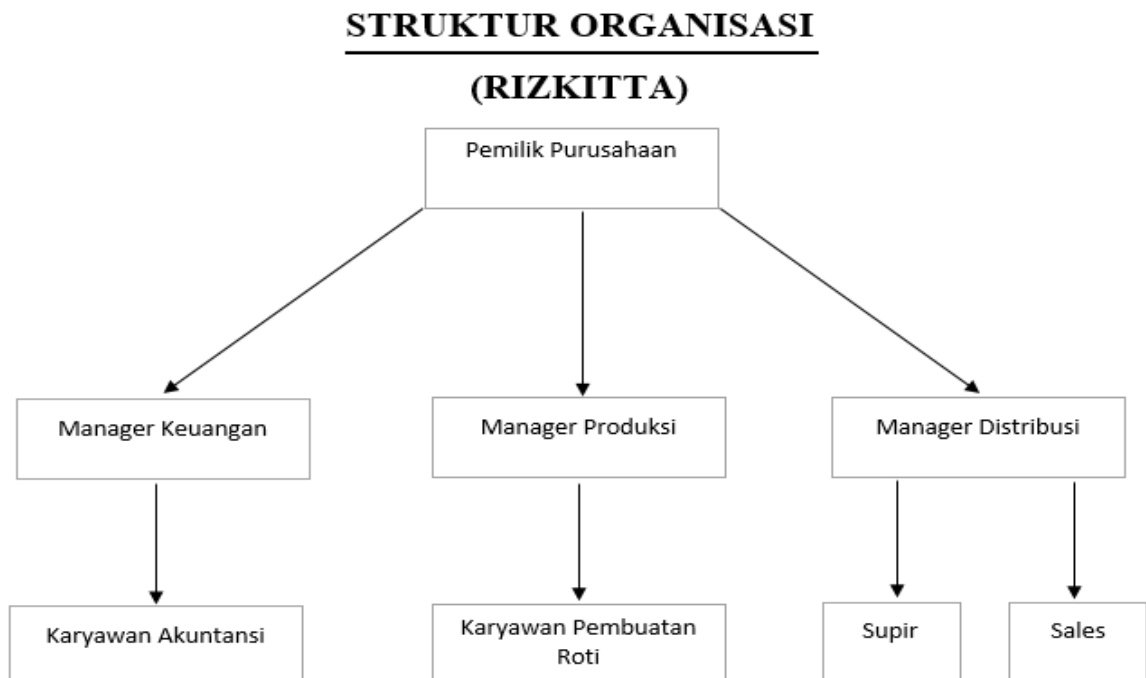
Menjadi perusahaan yang handal dibidang sarana produksi roti yang senantiasa memenuhi harapan konsumen dan produsen di seluruh masyarakat Khususnya Purwakarta

b. Misi

Mengembangkan perusahaan sehingga dapat memberikan nilai tambah pada sektor makanan ringan khususnya RIZKITTA berkomitmen untuk mengutamakan kualitas dan ikut menjaga kelestarian lingkungan.

2.1.5 Struktur Organisasi

Struktur Organisasi ini merupakan penggambaran secara grafik yang



menggambarkan struktur kerja dari setiap departemen yang mempunyai wewenang dan tanggung jawab masing – masing yang ada di lingkungan

Gambar 2. 2 Struktur Organisasi

perusahaan. Struktur organisasi yang ada di Perusahaan RIZKITTA dapat dilihat pada Gambar 2.2

Adapun susunan mengenai struktur organisasi di kantor RIZKITTA, diantaranya :

- a. Pemilik Perusahaan
- b. Manajer Keuangan
- c. Manajer Produksi
- d. Manajer Distribusi
- e. Karyawan Akuntansi
- f. Karyawan Pembuatan Roti
- g. Supir
- h. Sales

2.1.6 Deskripsi Tugas dan Tanggung Jawab

Dalam tataran praktisnya, masing-masing bagian memiliki Job Description yang berbeda-beda, yaitu sebagai berikut:

a. Pemilik Perusahaan

Memutuskan dan menentukan peraturan dan kebijakan tertinggi perusahaan serta bertanggung jawab penuh terhadap pengambilan keputusan dan rencana kebijakan terkait dengan perusahaan. Selain itu, Pemilik Perusahaan sebagai penasehat, pengawas, dan bertanggung jawab penuh terhadap segala aspek perusahaan.

b. Manajer Keuangan

Bekerja sama dengan manajer lainnya untuk merencanakan serta meramalkan beberapa aspek dalam perusahaan termasuk perencanaan umum keuangan perusahaan serta bertanggung jawab mengkoordinasikan dan mengontrol perencanaan, pelaporan, serta pembayaran kewajiban pajak perusahaan agar efisien, akurat, tepat waktu, dan sesuai dengan peraturan pemerintah yang berlaku.

c. Manajer Produksi

Melakukan perencanaan dan pengorganisasian jadwal produksi, mengawasi proses produksi, melakukan pemilihan, pemesanan dan bahan

pembelian serta bertanggung jawab mengawasi proses produksi, menyusun jadwal produksi, memperkirakan biaya dan menetapkan standar kualitas, memastikan bahwa pedoman kesehatan dan keselamatan diikuti

d. Karyawan Akuntansi

Membuat pembukuan keuangan kantor, membuat laporan keuangan, memeriksa dan melakukan verifikasi kelengkapan dokumen yang berhubungan dengan transaksi keuangan, serta bertanggung jawab memastikan pembukuan keuangan kantor tersedia dan terlaksana dengan baik sesuai dengan target, memastikan laporan keuangan perusahaan tersedia dan terdistribusi kepada manajemen dengan baik, memastikan pemeriksaan dan verifikasi kelengkapan dokumen yang berhubungan dengan transaksi keuangan terlaksana dengan baik.

e. Karyawan Pembuatan Roti

Membuat roti sesuai dengan persediaan yang ada di gudang, mencapai target pembuatan yang telah ditentukan oleh manajer produksi serta bertanggung jawab memastikan roti dalam keadaan fresh dan tidak basi, memastikan jumlah produksi sesuai dengan permintaan manajer produksi.

f. Supir

Mengirimkan roti kepada pelanggan pelanggan yang telah di jadwalkan oleh manajer distribusi, memeriksa jumlah roti sebelum di kirim kepada pelanggan serta bertanggung jawab memastikan roti yang dikirim sesuai dengan tujuan yang telah di tentukan , memastikan bahwa roti memiliki jumlah yang sama sebelum melakukan pendistribusian

g. Sales

Melakukan penjualan produk atau jasa Perusahaan, merekap hasil penjualan yang telah dilakukan secara detail, mempunyai wawasan dan relasi yang luas, memeriksa apakah ada roti basi yang ingin di retur serta bertanggung jawab memastikan jumlah pemesanan, mencari pelanggan baru, membuat para pelanggan merasa puas.

2.2 Landasan Teori

Sub-bab ini menjelaskan tentang apa saja teori yang relevan yang digunakan untuk menjelaskan variabel yang diteliti dan sebagai dasar untuk memberi jawaban sementara pada rumusan masalah yang diajukan. Teori yang dijelaskan pada sub-bab ini meliputi pengertian sistem informasi, manajemen, sistem informasi manajemen, distribusi, sistem informasi distribusi, PHP, MySQL.

2.2.1 Pengertian Sistem Informasi

Sistem informasi adalah kombinasi antara prosedur kerja, informasi, orang, dan teknologi informasi yang diorganisasikan untuk mencapai tujuan dalam sebuah organisasi [1].

Sebenarnya maksud dari sistem informasi tidak harus melibatkan komputer. Sistem informasi yang menggunakan komputer bisa disebut **sistem informasi berbasis komputer** (Computer-Based Information Systems atau CBIS) [1].

2.2.2 Pengertian Manajemen

“management is a process of working with and through individuals and groups and other resources to accomplish organizational goals”. Proses bekerja sama antara individu dan kelompok serta sumber daya lainnya dalam mencapai tujuan organisasi adalah sebagai aktivitas manajemen. Dengan kata lain, aktivitas manajerial hanya ditemukan dalam wadah sebuah organisasi, baik organisasi bisnis, pemerintahan, sekolah, industri dan lain-lain. [2].

Manajemen merupakan proses memperoleh suatu tindakan dari orang lain untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Aktivitas manajerial itu dilakukan oleh para manajer sehingga dapat mendorong sumber daya personil bekerja memanfaatkan sumber daya lainnya sehingga tujuan organisasi yang disepakati bersama dapat tercapai [2].

2.2.3 Pengertian Sistem Informasi Manajemen

“Sistem Informasi Manajemen adalah hubungan dengan perencanaan, pengembangan, manajemen dan menggunakan alat teknologi informasi untuk membantu orang melakukan semua tugas yang berkaitan dengan proses dan manajemen informasi.” [3].

Banyak orang percaya bahwa teknologi informasi adalah kunci utama dalam sistem informasi manajemen. Sebenarnya, teknologi informasi merupakan seperangkat alat yang sangat penting untuk bekerja dengan informasi dan mendukung informasi dan kebutuhan perusahaan dalam memproses informasi untuk kebutuhan perusahaan dalam memproses informasi

Ada tiga aspek tantangan sistem informasi manajemen yaitu [3] :

1. Apa yang dilakukan perusahaan
2. Mementum nilai pelanggan
3. Peranan teknologi informasi

2.2.4 Produksi

Untuk memproduksi barang dan jasa diperlukan adanya proses produksi. Sebelum membahas mengenai proses produksi, terlebih dahulu akan dibahas arti dari **Proses** yaitu : “Proses adalah suatu cara, metode maupun teknik untuk penyelenggaraan atau pelaksanaan dari suatu hal tertentu” . Sedangkan **Produksi** adalah: “Kegiatan untuk mengetahui penambahan manfaat atau penciptaan faedah, bentuk, waktu dan tempat atas faktor-faktor produksi yang bermanfaat bagi pemenuhan konsumen ”. Dari uraian di atas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa mengenai proses produksi, yang dimaksud dengan **Proses Produksi** adalah: “Suatu cara, metode maupun teknik bagaimana penambahan manfaat atau penciptaan faedah, bentuk, waktu dan tempat atas faktor-faktor produksi sehingga dapat bermanfaat bagi pemenuhan kebutuhan konsumen [4].

2.2.5 Distribusi

Distribusi adalah bagian dari bauran pemasaran (produk, harga, distribusi, dan promosi) yang memegang peranan cukup penting. Sebab, distribusi

berperandalam pengalokasian barang agar mudah dijangkau konsumen [5]. Dilihat dari kegunaan atau fungsinya, distribusi terbagi menjadi 2, yaitu [5] :

- a. Distribusi yang didasarkan pada waktu (*time utility*), kegiatan distribusi yang memanfaatkan waktu tertentu. Mengatur waktu penggunaan suatu barang, misalnya pembelian beras yang dilakukan Bulog pada saat musim panen, dan dijual kembali pada saat masyarakat membutuhkan.
- b. Distribusi yang didasarkan pada tempat (*place utility*), kegiatan distribusi yang memanfaatkan tempat-tempat di mana suatu barang memiliki nilai ekonomis. Memindahkan barang dari suatu tempat ke tempat lain yang mempunyai nilai ekonomis lebih tinggi.

2.2.6 Manajemen Distribusi

Manajemen distribusi adalah suatu strategi dalam mengembangkan saluran distribusi dari perencanaan (Planning), mengorganisasi (Organization), mengoperasikan (Operation), dan pengawasan (Controlling) guna mencapai tujuan perusahaan [6]. Saluran distribusi sendiri merupakan sarana perpindahan barang dari produsen melalui jalur perantara hingga ke tangan konsumen atau pemakai terakhir.

Ada beberapa faktor yang membatasi penyaluran secara langsung dari produsen ke konsumen, yakni sebagai berikut [6].

1. **Geographical Gap**, perbedaan jarak geografis yang disebabkan oleh perbedaan tempat produksi dengan lokasi konsumen yang tersebar luas. Semakin jauh jaraknya akan menimbulkan peranan mitra menjadi sangat penting dan menimbulkan nilai guna tempat (*place utility*).
2. **Time Gap**, perbedaan jarak waktu yang disebabkan perbedaan waktu produksi dengan kebutuhan konsumsi dalam jumlah besar dan menimbulkan nilai guna waktu (*time utility*).
3. **Quantity Gap**, perbedaan dalam jumlah produksi yang lebih besar akan lebih efisien biaya per-unitnya dibandingkan produksi lebih kecil. Dan dapat terjadi *variety gap* dimana pihak produsen memproduksi suatu variasi produk tertentu dalam jumlah besar tapi kenyataannya kebutuhan

konsumen lebih kecil jumlahnya. Quantity gap dan variety gap ini menimbulkan form utility.

4. **Communication dan Information Gap**, perbedaan informasi dan komunikasi yang berbeda dimana produsen tidak mengetahui produk yang dibutuhkan dan siapa konsumen potensialnya. Hal ini menimbulkan nilai guna milik (possession utility).

2.2.7 *Saving Matrix*

Saving Matrix merupakan metode yang digunakan untuk menentukan jarak, rute, waktu atau ongkos dalam pelaksanaan pengiriman barang dari perusahaan kepada konsumen. Metode ini bertujuan agar pengiriman barang yang sesuai pesanan konsumen dapat dilakukan dengan cara yang efektif dan efisien, sehingga perusahaan dapat menghemat biaya, tenaga, dan waktu pengiriman [7]. Metode *Saving Matrix* terdiri dari beberapa langkah. Menurut Istantiningrum (2010) langkah-langkah dalam metode *saving matrix* adalah sebagai berikut [7] :

1. Menentukan Matriks Jarak

Pada penentuan matriks jarak ini, data jarak antara perusahaan dengan lokasi dan lokasi ke lokasi lainnya sangat diperlukan. Matriks Jarak diambil dari Data jarak yang sudah ada di perusahaan.

2. Menentukan Matriks Penghematan (*Saving Matrix*)

Setelah mengetahui jarak keseluruhan yaitu jarak antara pabrik dengan lokasi dan lokasi dengan lokasi yang lainnya, maka dalam langkah ini diasumsikan bahwa setiap lokasi akan dilewati oleh satu truk secara eksklusif. Artinya akan ada beberapa rute yang berbeda yang akan dilewati untuk tujuan masing-masing. Dengan demikian akan ada penghematan apabila ada penggabungan rute yang dinilai satu arah dengan rute yang lainnya. Untuk mencari matriks penghematan dapat digunakan rumus sebagai berikut [7]:

$$S(x,y) = J(x,y) + J(x,y) - J(x,y)$$

S (x,y) merupakan penghematan jarak yaitu dari penggabungan antara rute x dengan rute y.

3. Pengalokasian Kendaraan dan Rute Berdasarkan Lokasi

Setelah matriks penghematan di-ketahui, maka langkah selanjutnya adalah pengalokasian lokasi ke rute atau kendaraan. Artinya dalam langkah ini akan ditentukan rute pengiriman baru berdasarkan atas penggabungan rute pada langkah kedua di atas. Hasilnya adalah pengiriman lokasi 1 dan lokasi 2 akan dilakukan dengan menggunakan 1 rute [7].

4. Pengurutan Lokasi Tujuan Dalam Suatu Rute

Langkah ini menentukan urutan kunjungan. Ada beberapa metode dalam menentukan urutan kunjungan, yaitu:

a. Metode Nearest Insert

Metode ini menentukan urutan kunjungan dengan mengutamakan lokasi yang kalau dimasukkan ke dalam rute yang sudah ada menghasilkan jarak yang minimum [7].

b. Metode Nearest Neighbor

Metode ini menentukan kunjungan dengan mengutamakan lokasi yang jaraknya paling dekat dengan lokasi yang dikunjungi terakhir [7].

5. Penjadwalan Distribusi

Manfaat penjadwalan salah satunya adalah agar dalam pengiriman barang dapat sesuai dengan waktu dan porsi yang telah ditentukan. Penjadwalan juga mempunyai tujuan. Tujuan dalam penjadwalan adalah agar dalam pengiriman barang dilakukan secara berurutan sesuai dengan jadwal yang dibuat. Jadwal tersebut berupa catatan waktu yang dituangkan menjadi satu kalender yang sangat dibutuhkan oleh para pelaksana [7].

2.2.8 PDCA (Plan, Do, Check, Act)

PDCA merupakan suatu proses pemecahan masalah dengan 4 langkah yaitu rencanakan, kerjakan, cek, dan tindak lanjuti. Dalam pengendalian kualitas, PDCA dapat membantu proses penyelesaian pengendalian masalah dengan pola yang sistematis [8].

Penjelasan 4 tahap PDCA adalah sebagai berikut [8].

1. Plan yaitu tahap perencanaan menentukan hal yang perlu diperbaiki yang berkaitan dengan visi misi organisasi serta menentukan data dan informasi yang dibutuhkan untuk proses selanjutnya.

2. Do yaitu tahap pelaksanaan dari apa yang telah direncanakan pada tahap sebelumnya.
3. Check yaitu tahap pemeriksaan apakah hal yang dikerjakan sudah sesuai dengan yang telah di rencanakan diawal tahapan.
4. Action yaitu tahap untuk melakukan tindakan perbaikan hasil dari semua tahapan yang telah dilaksanakan.



Gambar 2. 3 Siklus PDCA

2.2.9 Pengertian PHP

PHP secara umum dikenal sebagai bahasa pemrograman sript script yang membuat dokumen HTML secara on the fly yang dieksekusi di server web, dokumen HTML yang dihasilkan dari suatu aplikasi bukan dokumen HTML yang dibuat dengan menggunakan editor teks atau editor HTML. Dikenal juga sebagai bahasa pemrograman server side. PHP (Perl HyperText Preprocessor) merupakan bahasa utama script server side yang disisipkan pada HTML yang dijalankan di server, dan juga bisa digunakan untuk membuat aplikasi desktop [9].

2.2.10 Pengertian MySql

MySql adalah sebuah perangkat lunak sistem manajemen basis data SQL (bahasa inggris: database management system) atau DBMS yang multithread, multi-user, dengan sekitar 6 juta instalasi di seluruh dunia. MySql AB membuat MySql tersedia sebagai perangkat lunak gratis di bawah lisensi GNU General Public License (GPL), tetapi mereka juga menjual dibawah lisensi komersial untuk kasus kasus dimana penggunaanya tidak cocok dengan penggunaan GPL [10].