



MANAJEMEN DISTRIBUSI

Strategi, Logistik, dan Inovasi

Tim Penulis:

Mochamad Heru Riza Chakim | Sisca Septiani
Reina A. Hadikusumo | Pathmi Noerhatini
Hardjanto Nusantoro | Nur Fadilah Ayu Sandira
Herdiyanti | Rakhmia Nalibratawati
Nulthazam Sarah

MANAJEMEN DISTRIBUSI

Strategi, Logistik, dan Inovasi

Mochamad Heru Riza Chakim

Sisca Septiani

Reina A. Hadikusumo

Pathmi Noerhatini

Hardjanto Nusantoro

Nur Fadilah Ayu Sandira

Herdiyanti

Rakhmia Nalibratawati

Nulthazam Sarah

MANAJEMEN DISTRIBUSI

Strategi, Logistik, dan Inovasi

Tim Penulis:

Mochamad Heru Riza Chakim
Sisca Septiani
Reina A. Hadikusumo
Pathmi Noerhatini
Hardjanto Nusantoro
Nur Fadilah Ayu Sandira
Herdiyanti
Rakhmia Nalibratawati
Nulthazam Sarah

Editor : Sugeng Susanto, S.E., M.M.
Tata Letak : Asep Nugraha, S.Hum.
Desain Cover : Septimike Yourintan Mutiara, S.Gz.
Ukuran : UNESCO 15,5 x 23 cm
Halaman : vii, 171
ISBN : 978-634-7021-70-0
Terbit Pada : Agustus 2025
Anggota IKAPI : No. 073/BANTEN/2023

Hak Cipta 2025 @ Sada Kurnia Pustaka dan Penulis

Hak cipta dilindungi undang-undang dilarang memperbanyak karya tulis ini dalam bentuk dan dengan cara apapun tanpa izin tertulis dari penerbit dan penulis.

PENERBIT PT SADA KURNIA PUSTAKA

Jl. Warung Selikur Km.6 Sukajaya – Careng, Kab. Serang-Banten
Email : sadapenerbit@gmail.com
Website : sadapenerbit.com & repository.sadapenerbit.com
Telpon/WA : +62 838 1281 8431

KATA PENGANTAR

Dalam lanskap bisnis modern yang terus berkembang pesat, manajemen distribusi telah bertransformasi dari sekadar proses operasional menjadi pilar strategis yang menentukan keberhasilan dan daya saing sebuah perusahaan. Di era globalisasi dan digitalisasi, rantai pasok tidak lagi hanya tentang pergerakan fisik barang, tetapi juga tentang aliran informasi, kecepatan, dan kemampuan untuk beradaptasi dengan permintaan pasar yang dinamis.

Buku "**Manajemen Distribusi: Strategi, Logistik, dan Inovasi**" ini hadir sebagai panduan komprehensif yang mengupas tuntas berbagai aspek krusial dalam dunia distribusi. Kami menyajikan materi yang mendalam, mulai dari konsep dasar dan strategi inti, hingga pembahasan mendetail tentang manajemen logistik, pengelolaan gudang, transportasi, dan peran vital teknologi dalam menciptakan efisiensi. Lebih dari itu, buku ini juga menyoroti pentingnya inovasi bagaimana pemanfaatan data besar (big data), kecerdasan buatan (AI), dan sistem otomatisasi dapat merevolusi cara perusahaan mengelola jaringan distribusinya.

Kami berharap buku ini dapat menjadi sumber referensi yang berharga bagi para mahasiswa, akademisi, praktisi bisnis, dan siapa pun yang ingin memahami secara mendalam seluk-beluk manajemen distribusi. Dengan pemahaman yang solid terhadap prinsip-prinsip yang dibahas, pembaca diharapkan mampu merancang dan mengimplementasikan strategi distribusi yang tidak hanya efisien dan efektif, tetapi juga adaptif terhadap tantangan masa depan.

Akhir kata, semoga buku ini memberikan wawasan baru dan inspirasi untuk terus berinovasi dalam menghadapi kompleksitas dunia bisnis modern.

Selamat membaca.

Penulis

DAFTAR ISI

| | |
|---|------------|
| KATA PENGANTAR | iii |
| DAFTAR ISI | iv |
| BAB 1 KONSEP MANAJEMEN DISTRIBUSI..... | 1 |
| Pendahuluan | 2 |
| Pengertian Manajemen Distribusi..... | 3 |
| Tujuan dan Fungsi Manajemen Distribusi..... | 4 |
| Faktor yang Mempengaruhi Distribusi | 7 |
| Peran Teknologi Dalam Distribusi..... | 10 |
| Daftar Pustaka..... | 14 |
| Profil Penulis..... | 16 |
| BAB 2 STRATEGI DISTRIBUSI: PENDEKATAN KLASIK VS MODERN | 17 |
| Evolusi Paradigma Distribusi Dalam Era <i>Digital</i> | 18 |
| Fondasi Strategi Distribusi Klasik..... | 18 |
| Transformasi Menuju Strategi Distribusi Modern..... | 21 |
| Analisis Komparatif: Klasik vs Modern | 23 |
| Studi Kasus Implementasi | 26 |
| Daftar Pustaka..... | 27 |
| Profil Penulis..... | 28 |
| BAB 3 MANAJEMEN GUDANG DAN PENYIMPANAN..... | 29 |
| Pendahuluan | 30 |
| Beberapa Definisi Menurut Para Ahli | 31 |
| Teknologi Dalam Manajemen Gudang: WMS, RFID, dan Otomasi..... | 32 |
| Optimalisasi <i>Layout</i> dan Alur Kerja | 35 |
| Manajemen Persediaan dan <i>Inventory Turnover</i> | 38 |
| Contoh Praktis Penerapan <i>Inventory Turnover</i> | 41 |
| Kesimpulan | 41 |
| Daftar Pustaka..... | 42 |
| Profil Penulis..... | 44 |
| BAB 4 MANAJEMEN INVENTORI DAN STOK..... | 45 |
| Latar Belakang | 46 |
| Jenis-Jenis Inventori dan Pengelolaannya | 47 |

| | |
|---|------------|
| Klasifikasi dan Pengendalian Inventori | 49 |
| Proses dan Sistem Manajemen Inventori..... | 55 |
| Kesimpulan | 62 |
| Daftar Pustaka..... | 64 |
| Profil Penulis | 69 |
| BAB 5 DISTRIBUSI BERKELANJUTAN | 70 |
| Pendahuluan | 71 |
| Tujuan dan Manfaat Implementasi <i>Green Distribution</i> | 71 |
| Implikasi Distribusi Berkelanjutan Terhadap Bisnis | 73 |
| Elemen-Elemen Utama <i>Green Distribution</i> | 74 |
| Strategi Implementasi Distribusi Berkelanjutan | 77 |
| Tantangan Implementasi Strategi <i>Green Distribution</i> | 79 |
| Solusi Untuk Menghadapi Tantangan Implementasi..... | 80 |
| Arah Masa Depan Distribusi Berkelanjutan..... | 81 |
| Studi Kasus Dalam Implementasi Distribusi Berkelanjutan | 81 |
| Daftar Pustaka | 84 |
| Profil Penulis | 85 |
| BAB 6 MANAJEMEN DISTRIBUSI DI ERA <i>E-COMMERCE</i>..... | 86 |
| Pendahuluan | 87 |
| Perubahan Paradigma Jaringan Distribusi | 88 |
| Fase Logistik Dalam <i>E-Commerce</i> | 89 |
| Peran Teknologi <i>Digital</i> | 90 |
| Kualitas Layanan dan Kepuasan Konsumen | 91 |
| Tantangan dan Resiko Lingkungan serta Sosial | 92 |
| Rekomendasi Strategis..... | 94 |
| Kesimpulan | 96 |
| Daftar Pustaka | 98 |
| Profil Penulis | 100 |
| BAB 7 ANALISIS BIAYA DISTRIBUSI | 101 |
| Pendahuluan | 102 |
| Pengertian Biaya Distribusi | 103 |
| Jenis-Jenis Biaya Distribusi | 104 |
| Faktor-faktor yang Memengaruhi Biaya Distribusi | 105 |
| Tujuan Analisis Biaya Distribusi..... | 106 |
| Langkah-Langkah Analisis Biaya Distribusi..... | 106 |
| Metode Analisis Biaya Distribusi..... | 108 |

| | |
|--|------------|
| Strategi Efisiensi Biaya Distribusi..... | 109 |
| Daftar Pustaka..... | 111 |
| Profil Penulis..... | 112 |
| BAB 8 MANAJEMEN KINERJA DISTRIBUSI..... | 113 |
| Pendahuluan | 114 |
| Landasan Teori Manajemen Kinerja Distribusi..... | 115 |
| Konsep Dasar Manajemen Kinerja Distribusi | 117 |
| Indikator Kinerja Distribusi..... | 119 |
| Strategi Peningkatan Kinerja Distribusi | 119 |
| Studi Kasus atau Praktik Baik Dalam Manajemen Kinerja Distribusi (Sektor <i>E-Commerce</i>) | 123 |
| Tantangan dan Solusi Dalam Kinerja Distribusi | 125 |
| Penutup | 128 |
| Daftar Pustaka..... | 129 |
| Profil Penulis..... | 131 |
| BAB 9 INOVASI DALAM LAYANAN DISTRIBUSI..... | 132 |
| Pendahuluan | 133 |
| Konsep Dasar Distribusi..... | 133 |
| Ruang Lingkup Inovasi Dalam Distribusi..... | 134 |
| Model Baru Distribusi di Era <i>Digital</i> | 135 |
| Faktor Pendorong Inovasi Distribusi..... | 137 |
| Tantangan dalam Menerapkan Inovasi Distribusi..... | 139 |
| Masa Depan Distribusi | 141 |
| Daftar Pustaka..... | 144 |
| Profil Penulis..... | 145 |
| BAB 10 MANAJEMEN DISTRIBUSI DI SEKTOR B2B VS B2C | 146 |
| Pendahuluan | 147 |
| Karakteristik Distribusi B2B | 149 |
| Karakteristik Distribusi B2C..... | 151 |
| Teknologi Dalam Distribusi B2B dan B2C | 153 |
| Tantangan Khusus Dalam Distribusi B2B dan B2C | 153 |
| Strategi Optimalisasi | 155 |
| Kesimpulan..... | 156 |
| Daftar Pustaka..... | 158 |
| Profil Penulis..... | 159 |

BAB 11 TREN MASA DEPAN DALAM MANAJEMEN DISTRIBUSI

..... **160**

Pendahuluan 161

Evolusi Manajemen Distribusi..... 161

Teknologi *Digital* dan Otomatisasi 162

Distribusi Berbasis Data dan Kecerdasan Buatan..... 163

Green Distribution & Sustainability 164

Model Distribusi *Omnichannel* 166


Distribusi Berbasis *Platform* & Ekonomi *Gig*..... 167

Manajemen Risiko & Ketahanan Rantai Distribusi..... 168

Tren Konsumen & Distribusi yang Dipersonalisasi 169

Daftar Pustaka 170

Profil Penulis 171



BAB 1

KONSEP MANAJEMEN

DISTRIBUSI

Dr. Ir. Mochamad Heru Riza Chakim, M.M.
Universitas Raharja



tidak hanya bagi praktisi bisnis, tetapi juga bagi akademisi dan mahasiswa yang ingin mendalami ilmu manajemen, pemasaran, maupun logistik (Coughlan Erin; Stern, Louis W.; El-Ansary, Adel I., 2006).

Di Indonesia, tantangan distribusi semakin kompleks karena kondisi geografis yang terdiri dari ribuan pulau. Hal ini mengharuskan perusahaan untuk merancang strategi distribusi yang adaptif, kreatif, dan berbasis teknologi. Pemerintah juga terus mendorong pengembangan infrastruktur logistik nasional guna memperlancar sistem distribusi barang ke seluruh wilayah, demi mendukung pertumbuhan ekonomi yang merata.

Secara historis, distribusi telah mengalami evolusi dari sistem yang sangat sederhana berbasis pertukaran langsung (barter) menjadi sistem yang sangat canggih, dengan melibatkan jaringan rantai pasok global dan sistem informasi yang terintegrasi. Perubahan ini menuntut manajer distribusi untuk memiliki kompetensi dalam hal manajemen logistik, teknologi informasi, hubungan pelanggan, serta pengambilan keputusan strategis berbasis data dan analitik.

Pengertian Manajemen Distribusi

Menurut Kotler, (2016), manajemen distribusi adalah proses perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian arus barang dan jasa dari titik asal ke titik konsumsi guna memenuhi kebutuhan pelanggan secara efisien dan efektif. Distribusi tidak hanya mencakup pemindahan fisik produk, tetapi juga nilai dan informasi yang terkait dalam proses tersebut.

Sedangkan menurut Bowersox David J., (2002), manajemen distribusi merupakan bagian dari logistik yang bertanggung jawab atas penyaluran produk ke pasar dalam rangka memenuhi permintaan konsumen dengan mempertimbangkan efisiensi operasional dan kepuasan pelanggan. Christopher, (2011), mengemukakan bahwa manajemen distribusi adalah bagian penting dari manajemen rantai pasokan yang mencakup semua aktivitas yang berkaitan dengan pengiriman produk ke pelanggan akhir, termasuk pengemasan, penyimpanan, transportasi, dan pemrosesan pesanan.

Menurut Ballou, (2004) manajemen distribusi mencakup semua aktivitas yang berkaitan dengan pengiriman produk dari produsen ke

6. *Cloud Computing* dan Mobilitas

Teknologi *cloud computing* memungkinkan perusahaan mengakses dan mengelola sistem distribusi dari mana saja, kapan saja, dan melalui berbagai perangkat. Hal ini menciptakan fleksibilitas tinggi dalam pengambilan keputusan serta memudahkan kolaborasi antar divisi atau mitra logistik.

Selain itu, aplikasi berbasis *mobile* juga sangat mendukung proses distribusi modern. Kurir atau tenaga logistik dapat menggunakan aplikasi untuk menerima tugas, mengkonfirmasi pengiriman, dan berkomunikasi secara langsung dengan pelanggan, meningkatkan efisiensi dan akurasi layanan.

7. *Green Technology* Dalam Distribusi

Teknologi juga memainkan peran dalam menciptakan distribusi yang berkelanjutan dan ramah lingkungan. Penggunaan kendaraan listrik, sistem pengiriman berbasis rute terpendek, pengemasan ramah lingkungan, serta manajemen limbah distribusi berbasis teknologi merupakan bagian dari implementasi *green logistics*.

Banyak perusahaan global kini menggunakan teknologi karbon *tracking* untuk mengukur dan mengurangi jejak karbon dari kegiatan distribusinya. Ini menunjukkan bahwa teknologi tidak hanya meningkatkan efisiensi, tetapi juga mendukung tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan (CSR).

Daftar Pustaka

- Ballou, R. H. (2004). *Business Logistics/Supply Chain Management (5th ed.)*. Pearson Education.
- Basu, R. (2023). Distribution management. In *Managing Global Supply Chains*. <https://doi.org/10.4324/9781003341352-12>.
- Bowersox David J., D. J. . C. (2002). Logistical Management: The Integrated Supply Chain Process. *Journal of Business Logistics*, 23(2), 65–85.
- Cassel, W. R. (1993). Distribution management systems: Functions and payback. *IEEE Transactions on Power Systems*. <https://doi.org/10.1109/59.260926>.
- Christopher, M. (2011). *Logistics and Supply Chain Management*. Financial Times Prentice Hall.
- Coughlan Erin; Stern, Louis W.; El-Ansary, Adel I., A. T. . A. (2006). *Marketing Channels*. Pearson Education.
- Fernie, J. (1993). International Journal of Retail & Distribution Management. *Marketing Intelligence & Planning*. <https://doi.org/10.1108/EUM000000001123>.
- Gitosudarmo, I. (2000). *Manajemen Pemasaran*. BPFE-Yogyakarta.
- Kotler, P. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education.
- Kousar, S., Zafar, N. A., Ali, T., Alkhamash, E. H., & Hadjouni, M. (2022). Formal Modeling of IoT-Based Distribution Management System for Smart Grids. *Sustainability (Switzerland)*. <https://doi.org/10.3390/su14084499>.
- Lee, K. O., Woo, M. H., & Nakaji, K. (2011). Development of a Ubiquitous Information Technology Based Distribution Traceability Management System For Imported Beef in Korea. *Journal of the Faculty of Agriculture, Kyushu University*. <https://doi.org/10.5109/19539>.
- Li, C. (2022). Application of Computer Big Data Technology and Algorithm Optimization in Logistics Distribution Management. *2022 IEEE International Conference on Electrical Engineering, Big Data and Algorithms, EEEDA 2022*. <https://doi.org/10.1109/EEEDA53927.2022.9744943>.
- Mentzer Mark A., J. T. M. (2004). Understanding Demand Management In Logistics. *Journal of Business Logistics*, 25(2), 45–62.

- Rushton Phil; Baker, Peter, A. C. (2017). *The Handbook of Logistics and Distribution Management*. Kogan Page Publishers.
- Sakis Meliopoulos, A. P., Polymeneas, E., Tan, Z., Huang, R., & Zhao, D. (2013). Advanced Distribution Management System. *IEEE Transactions on Smart Grid*. <https://doi.org/10.1109/TSG.2013.2261564>.
- See, W. Bin. (2007). Wireless Technologies For Logistic Distribution Process. *Journal of Manufacturing Technology Management*. <https://doi.org/10.1108/17410380710817309>.
- Setiawan, H. S., Tarigan, Z. J. H., & Siagian, H. (2023). Digitalization And Green Supply Chain Integration to Build Supply Chain Resilience Toward Better Firm Competitive Advantage. *Uncertain Supply Chain Management*. <https://doi.org/10.5267/j.uscm.2023.1.012>.

PROFIL PENULIS



Dr. Ir. Mochamad Heru Riza Chakim, M.M.

Dalam dunia bisnis yang semakin kompetitif dan dinamis, keberhasilan suatu perusahaan tidak hanya ditentukan oleh kualitas produk yang dihasilkan, tetapi juga oleh bagaimana produk tersebut dapat sampai ke tangan konsumen secara tepat waktu, dalam kondisi yang baik, dan dengan biaya yang efisien dalam mendukung kemajuan dan perkembangan perusahaan secara berkelanjutan. Pada saat sekolah SD Negeri Sultan Agung Ponorogo lulus tahun 1973. Tahun 1975 lulus dari SMP Negeri 1 Ponorogo dan tahun 1979 lulus dari SMA Negeri 1 Ponorogo. Penulis kemudian melanjutkan pendidikan ke Perguruan Tinggi dan berhasil menyelesaikan studi S1 di prodi Teknik Kimia Institut Teknologi Bandung 1985. Kemudian melanjutkan pendidikan Magister Manajemen di prodi Magister Bisnis Administrasi Teknologi Institut Teknologi Bandung lulus tahun 1999, sesuai harapan saya di bidang manajemen serta pendidikan doctoral di prodi Bisnis Administrasi Universitas Padjadjaran lulus tahun 2021.

Penulis memiliki kepakaran dibidang strategi korporat dan bisnis, korporat. Pada tahun 2014 penulis diangkat menjadi Direktur Komersial PT SUCOFINDO (Persero) dibidang jasa yang sangat tergantung pada SDM yang kompeten. Saat ini penulis juga mengelola Yayasan Sosial Abdul Chakim yang bergerak di bidang Pendidikan dan Sosial, Ketua Dewan Pengurus Nasional (DPN) Asosiasi Perguruan Tinggi Manajemen Retail Indonesia (APTMRI), Asesor LSP Kimia Industri serta menjadi Ketua Bidang Pendidikan di Yayasan Masjid As Sajadah, dosen di Universitas Raharja dan Universitas Padjadjaran. Penulis aktif melakukan penelitian dan juga diterbitkan pada jurnal nasional maupun internasional.

Email Penulis: heruriza11@gmail.com.



BAB 2

STRATEGI DISTRIBUSI: PENDEKATAN KLASIK VS MODERN

Dr. Sisca Septiani, S.Pd., M.Pd.
Universitas Ngudi Waluyo



Evolusi Paradigma Distribusi Dalam Era *Digital*

Strategi distribusi telah mengalami transformasi fundamental sejak revolusi industri hingga era *digital* saat ini. Perubahan ini mencerminkan adaptasi perusahaan terhadap dinamika pasar, evolusi teknologi, dan pergeseran perilaku konsumen yang semakin kompleks. Pendekatan klasik yang mengandalkan struktur hierarkis dan saluran distribusi konvensional kini berhadapan dengan strategi modern yang memanfaatkan teknologi *digital*, *data analytics*, dan model bisnis yang lebih fleksibel.

Transformasi ini juga tercermin dalam sektor publik, di mana pendekatan distribusi layanan pemerintah mengalami evolusi serupa. Perbedaan mendasar antara kedua pendekatan ini terletak pada filosofi operasional, struktur organisasi, dan orientasi strategis. Pendekatan klasik cenderung berfokus pada efisiensi operasional melalui standarisasi proses dan kontrol terpusat, sedangkan pendekatan modern menekankan agilitas, responsivitas, dan personalisasi layanan.

Dalam konteks distribusi data dan layanan pemerintah, Humaedi (2023) menguraikan pentingnya data sebagai alat yang bukan sekadar angka, melainkan diperlukan untuk perencanaan pembangunan yang lebih baik dan efektif dalam hal perlindungan sosial. Dinamika persaingan global dan akselerasi digitalisasi telah mendorong organisasi untuk mengevaluasi ulang strategi distribusi mereka.

Pandemi COVID-19 semakin mempercepat adopsi teknologi *digital* dan mengubah ekspektasi masyarakat terhadap kecepatan, kemudahan, dan transparansi dalam proses distribusi layanan. Organisasi yang masih mengandalkan pendekatan klasik menghadapi tekanan untuk beradaptasi atau berisiko kehilangan relevansi di era yang semakin kompetitif.

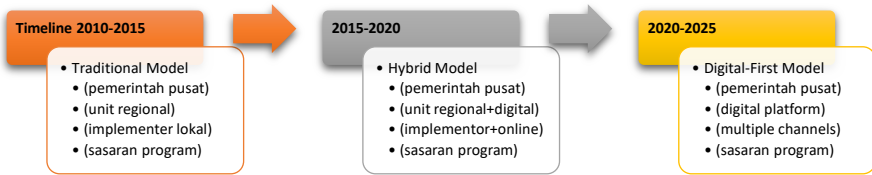
Fondasi Strategi Distribusi Klasik

1. Karakteristik Utama Pendekatan Tradisional

Strategi distribusi klasik dibangun atas prinsip-prinsip yang telah teruji selama beberapa dekade. Pendekatan ini menekankan stabilitas, prediktabilitas, dan efisiensi melalui struktur organisasi yang hirarkis dan proses yang terstandarisasi.

Studi Kasus Implementasi

1. Transformasi *Digital* Dalam Layanan Publik Indonesia



Gambar 3.1: Evolution Journey Dari Tradisional ke *Digital* Service Delivery

Sumber: Adaptasi dari data Regsosek Indonesia.

Andari dan Indraningsih (2023) menunjukkan tantangan yang dihadapi dalam proses pendataan awal Regsosek di antaranya adalah dukungan formal yang terbatas dari pemerintah daerah, serta berbagai hambatan sosialisasi terhadap masyarakat di kota. Implementasi Registrasi Sosial Ekonomi (Regsosek) menunjukkan transformasi dari *traditional data collection methods* menuju *integrated digital approach*.

Regsosek di tahun 2022 menawarkan peluang untuk mengeksplorasi pendekatan yang seimbang antara metode klasik dan modern. Triyanti *et al.* (2023) menyatakan bahwa peningkatan ketahanan pangan dan pertumbuhan ekonomi baru sangat bergantung pada kebijakan berbasis data yang akurat dan relevan, yang dapat dihasilkan dari kombinasi pemikiran klasik dan modern dalam pengumpulan dan analisis data.

Digital transformation Regsosek tidak menghilangkan peran *enumerator* dan koordinator lokal, tetapi mengubah *nature of their relationships* dengan sistem. *Select coordinators* ditingkatkan menjadi *digital facilitators* dengan akses ke *real-time data* dan *collaborative tools*. *Community centers* ditransformasi menjadi *digital service points* yang *showcase innovations* dan *facilitate community engagement*.

Daftar Pustaka

- Andari, R., & Indraningsih, K. (2023). Mendata Indonesia Bumi Handep Hapakat Kawasan Lumbang Pangan Nasional Pulang Pisau Kalimantan Tengah. *BRIN Publishing*.
<https://doi.org/10.55981/brin.777.c705>.
- Hilmiati, N., & Imron, D. (2023). Registrasi Sosial Ekonomi Di Indramayu: Memahami Kemiskinan Dengan Kelindan Persoalan Sosial Di Wilayah Agraris-Maritim. *BRIN Publishing*.
<https://doi.org/10.55981/brin.777.c709>.
- Humaedi, M. (2023). Mendata Bangsa, Menawarkan Solusi: Benang Merah Penarasian Emik Tujuh Lokasi. *BRIN Publishing*.
<https://doi.org/10.55981/brin.775.c695>.
- Humaedi, M., & Hakim, F. (2023). Mencatat Wajo Dalam Regsosek, Menghadirkan Wajah Indonesia. *BRIN Publishing*.
<https://doi.org/10.55981/brin.775.c697>.
- Triyanti, R., Wijaya, R., Zamroni, A., Ramadhan, A., Apriliani, T., Huda, H., ... & Koeshendrajana, S. (2023). Diversifikasi Usaha Mina Padi Mendukung Ketahanan Pangan Dan Sumber Pertumbuhan Ekonomi Baru. *BRIN Publishing*.
<https://doi.org/10.55981/brin.918.c793>.
- Wahyono, E., & Susantyo, B. (2023). Dari Km 0 (Nol), Ujung Barat Indonesia: Mencari Makna Di Balik Data. *BRIN Publishing*.
<https://doi.org/10.55981/brin.777.c711>.
- Witono, B. (2022). Hegemoni Regulatif Dan Diskursus Akuntabilitas Keuangan Pemerintah Daerah. *Peneleh Journal*.
<https://doi.org/10.52893/peneleh.2022.69.bw>.

PROFIL PENULIS



Dr. Sisca Septiani, S.Pd., M.Pd.

Penulis mengenyam Pendidikan S1 pada Program Studi Pendidikan Biologi Universitas Pasundan Bandung dan berhasil lulus pada tahun 2008. Penulis kemudian melanjutkan S2 pada Prodi Administrasi Pendidikan dengan konsentrasi Manajemen Pendidikan Makro di Universitas Islam Nusantara Bandung. Penulis melanjutkan S3 pada Prodi Manajemen Kependidikan di Universitas Negeri Semarang dan lulus pada tahun 2024. Penulis memulai terjun dalam dunia Pendidikan dengan menjadi guru di Sekolah Menengah Pertama dari tahun 2010 di SMPN 3 Purwakarta sampai dengan tahun 2019. Tahun 2015 sampai dengan 2022 di STIE Wibawa Karta Raharja Purwakarta. Tahun 2025 menjadi dosen di Pascasarjana Universitas Ngudi Waluyo Semarang. Penulis aktif pada penulisan buku, penelitian dan penulisan karya ilmiah. Penulis aktif di beberapa organisasi seperti Asosiasi Pengelola Jurnal Indonesia, Asosiasi Riset Ilmu Pendidikan Indonesia, Asosiasi Riset Ilmu Manajemen dan Bisnis Indonesia. Penulis juga aktif sebagai editorial team dan *reviewer* pada jurnal nasional terindeks Sinta, jurnal internasional dan jurnal internasional terindeks *Scopus*.



BAB 3

MANAJEMEN GUDANG

DAN PENYIMPANAN

Dr. Reina A. Hadikusumo, S.E., M.M., M.Kom.
Universitas Surabaya



operasional gudang yang ditinjau melalui kerangka kerja manajemen yang mencakup interkoneksi informasi, otomatisasi peralatan, integrasi proses, dan keberlanjutan lingkungan.

Selain faktor teknologi, manajemen gudang yang efektif juga menuntut strategi penyimpanan yang tepat, penataan tata letak (*layout design*) yang efisien, dan sistem rotasi stok yang meminimalkan risiko kerusakan atau kedaluwarsa produk. Dalam konteks ini, manajemen penyimpanan (*storage management*) memegang peranan penting untuk memastikan integritas produk, mengoptimalkan penggunaan ruang, serta mempermudah proses *picking* dan *packing*.

Praktik-praktik terbaik yang diterapkan di berbagai sektor industri menunjukkan bahwa keberhasilan manajemen gudang dan penyimpanan sangat bergantung pada sinergi antara perencanaan strategis, kompetensi sumber daya manusia, dan dukungan teknologi yang tepat. Penelitian oleh Syamsuddin *et al.* (2023) mengeksplorasi bagaimana penerapan sistem *Enterprise Resource Planning* (ERP) di perusahaan manufaktur berdampak positif terhadap efisiensi operasional.

Penelitian ini menyoroti integrasi fungsi-fungsi utama seperti manajemen rantai pasok, perencanaan produksi, dan pengendalian persediaan. Peneliti juga membahas tantangan selama proses implementasi serta strategi seperti pelatihan karyawan dan *change management* untuk mendukung transisi sistem secara mulus. Hasil empiris menunjukkan adanya penurunan *lead time*, peningkatan akurasi peramalan permintaan, dan optimasi alokasi sumber daya, semuanya berkontribusi pada peningkatan efisiensi secara signifikan.

Beberapa Definisi Menurut Para Ahli

1. Definisi Manajemen Gudang

a. Smith dan Weston (2019)

Manajemen gudang adalah rangkaian kegiatan terintegrasi yang mencakup penerimaan barang, penyimpanan, pengambilan hingga distribusi, yang diselenggarakan secara optimal untuk menjaga kelancaran aliran barang dan mengurangi biaya operasional. Penting adanya koordinasi antara *warehouse operations* dan *logistics planning* dalam mencapai efisiensi.

kemacetan, lalu menyesuaikan desain tanpa mengganggu operasional yang sedang berjalan.

3. Evaluasi Berkelanjutan dan Indikator Kinerja

Optimalisasi *layout* bukanlah tugas sekali jadi, melainkan proses yang harus dievaluasi secara periodik. Beberapa metrik penting yang digunakan antara lain:

a. *Order Cycle Time*

Waktu rata-rata dari penerimaan pesanan hingga barang siap dikirim.

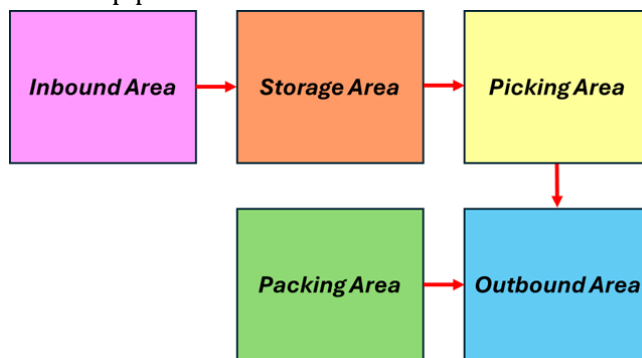
b. *Pick Path Length*

Total jarak yang ditempuh *picker* atau robot selama proses pengambilan.

c. Utilisasi Ruang

Persentase ruang gudang yang dimanfaatkan secara efektif.

Pengukuran berkala terhadap indikator ini memberikan gambaran objektif tentang kinerja *layout* yang ada. Albert *et al.* (2023) mencatat bahwa perusahaan yang secara konsisten melakukan evaluasi dan penyesuaian *layout* dapat meningkatkan kapasitas pemrosesan hingga 20% dalam periode satu tahun. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan bertahap yang dilakukan secara terencana dapat menghasilkan dampak kumulatif yang signifikan terhadap produktivitas dan efisiensi.



Gambar 3.2: Diagram *Layout* Gudang Berdasarkan Zona dan Alur Kerja

Sumber: Data Ilustrasi Diolah Penulis Berdasarkan Albert *et al.* (2023) dan *Logistics Bureau* (2022).

Contoh Praktis Penerapan *Inventory Turnover*

Sebuah perusahaan ritel elektronik memiliki *inventory turnover* sebesar 4 kali per tahun. Setelah menerapkan klasifikasi ABC-XYZ dan integrasi WMS berbasis RFID, rasio ini meningkat menjadi 5,5 kali per tahun dalam 12 bulan. Hal ini setara dengan percepatan perputaran persediaan sebesar 37,5%, yang berkontribusi pada pengurangan biaya penyimpanan tahunan sebesar Rp.1,2 miliar dan peningkatan arus kas bersih sebesar 8%. Keberhasilan ini dicapai dengan langkah-langkah berikut:

1. Mengidentifikasi 20% produk yang menghasilkan 80% pendapatan;
2. Menurunkan *safety stock* untuk produk dengan pola permintaan stabil;
3. Mengimplementasikan *replenishment* otomatis berbasis penjualan harian.

Kesimpulan

Integrasi teknologi, desain *layout*, dan kontrol persediaan merupakan tiga pilar utama yang menopang efisiensi operasional gudang modern. Penerapan teknologi yang tepat memungkinkan proses menjadi lebih cepat, akurat, dan minim kesalahan. Desain *layout* yang terencana dengan baik mempersingkat alur pergerakan barang dan memaksimalkan pemanfaatan ruang.

Kontrol persediaan yang efektif memastikan ketersediaan barang sesuai kebutuhan tanpa menimbulkan penumpukan atau kekurangan. Ketiga aspek ini harus dijalankan secara seimbang dan berkesinambungan agar tujuan utama tercapai: menekan biaya operasional, mempercepat waktu pemrosesan, dan memberikan pelayanan yang optimal kepada pelanggan.

Daftar Pustaka

- Albert, P.-W., Rönnqvist, M., & Lehoux, N. (2023). Trends And New Practical Applications For Warehouse Allocation And Layout Design: A Literature Review. *SN Applied Sciences*, 5(1), 1–19. <https://doi.org/10.1007/s42452-022-05166-4>.
- AutoStore. (2023). *8 Benefits of Warehouse Management Systems (WMS)*. AutoStore Insights.
- Breivik, J., Andersen, T., & Fosse, T. (2021). *Inventory Management Optimization: Balancing Turnover And Service Levels*. *Journal of Supply Chain Strategy*, 14(2), 87–101.
- Breivik, J., Larsen, N. M., Thyholdt, S. B., & Myrland, Ø. (2021). Measuring Inventory Turnover Efficiency Using Stochastic Frontier Analysis: Building Materials And Hardware Retail Chains In Norway. *International Journal of Systems Science: Operations & Logistics*, 8(2), 133–144.
- Demiray Kirmızı, N., Ekinci, E., & Kaya, A. (2024b). Safety Stock Optimization Using Service Level-Based Approaches. *International Journal of Production Research*, 62(3), 612–628.
- Demiray Kirmızı, S., Ceylan, Z., & Bulkan, S. (2024a). Enhancing Inventory Management Through Safety-Stock Strategies-A Case Study. *Systems*, 12(7), 276.
- Garcia, L., Meier, R., & Zhang, Q. (2020). WMS in Modern Warehousing. *International Journal of Logistics*.
<https://autostoresystem.com/insights/8-benefits-of-wms>.
<https://doi.org/10.1080/23302674.2020.1731003>.
<https://doi.org/10.3390/systems12070276>.
<https://www.logisticsbureau.com/warehouse-slotting-optimisation/>
<https://www.techradar.com/pro/i-am-a-robotics-expert>.
- Lee, S., & Johnson, T. (2021). *Storage Conditions and Efficiency*. *Storage Science Review*.
- Logistics Bureau. (2022). *Warehouse Slotting Optimisation: Strategies And Best Practices*.
- Patel, R., & Huang, L. (2022b). Integrating RFID And Automation In Pharmaceutical Retail Warehouses: A Benchmark Study. *Journal of Supply Chain Innovation*, 4(2), 45–59.

- Patel, V., & Huang, J. (2022a). Automation in Warehousing: Case Studies. *Global Logistics Journal*.
- Smith, A., & Weston, B. (2019). Warehouse Management: Integrated Logistics and Operations. *Journal of Supply Chain*.
- Syamsuddin, S., Ilham, B. U., Dwiwijaya, K. A., Navianti, D. R., & Hadikusumo, R. A. (2023). Implementation of an Enterprise Resource Planning (ERP) System and its Impact on Manufacturing Company Operational Efficiency. *Global International Journal of Innovative Research*, 1(2), 194–199. <https://doi.org/10.59613/global.v1i2.29>.
- TechRadar Pro. (2025). *I Am A Robotics Expert, And Here Are 5 Things You Should Know About Autonomous Mobile Robots*.
- Unhelkar, B., Joshi, S., Sharma, M., Prakash, S., Mani, A. K., & Prasad, M. (2022). Enhancing Supply Chain Performance Using RFID Technology And Decision Support Systems In Industry 4.0: A Systematic Literature Review. *International Journal of Information Management Data Insights*, 2(1), 100065. <https://doi.org/10.1016/j.jjime.2021.100065>.
- Unhelkar, B., Zhou, H., & Sadiq, S. (2022). Leveraging RFID For Real-Time Inventory Tracking And Turnover Improvement. *Journal of Operations and Technology Management*, 15(1), 45–63.

PROFIL PENULIS



Dr. Reina A. Hadikusumo, S.E., M.M., M.Kom.

Lahir di kota Jakarta. Saat usianya baru 8 bulan, orang tuanya pindah ke Surabaya dan Reina tumbuh hingga dewasa di kota tersebut. Saat ini Reina bekerja sebagai dosen di Universitas Surabaya, guru piano, guru vokal, dan trainer musik. Cita-cita sebagai dosen diinginkan Reina sejak kecil mengikuti jejak ibunda tercinta, yaitu ibu Cherry L. Hadikusumo. Reina giat mengikuti banyak sertifikasi agar dapat bekerja lebih maksimal. Reina aktif menulis cerita pendek (cerpen) sejak kecil dan memenangkan beberapa penghargaan. Saat ini, beberapa karya tulis telah dihasilkan Reina dengan tema seputar pendidikan, motivasi, dan musik. Selain menulis, Reina gemar bernyanyi sambil bermain piano ataupun gitar. Bakat bermain musik didapat Reina dari sang ayah, bapak Suryo Hadikusumo yang menguasai berbagai macam alat musik. Saat berumur tujuh tahun Reina belajar piano klasik, kemudian belajar pula piano pop dan jazz. Kegemaran bermain musik membuat Reina menghasilkan beberapa karya lagu, di antaranya untuk universitas tempatnya bekerja yaitu Hymne Ika Ubaya, Mars Ika Ubaya, Hymne Politeknik Ubaya, Mars ADI Politeknik Ubaya, dan Ubaya Satu. Reina juga dipercaya menciptakan Hymne Pelita dan Mars Pelita (Perkumpulan Politeknik Swasta Indonesia). Reina memiliki motto hidup “Belajar dan Berkarya Sepanjang Masa”. Reina memiliki *channel YouTube* dan akun *LinkedIn* dengan nama dirinya sendiri, yaitu Reina A. Hadikusumo. Reina dapat dihubungi di alamat e-mail reina_hadikusumo@yahoo.com.




BAB 4

MANAJEMEN

INVENTORI DAN STOK

Ir. Pathmi Noerhatini, M.Si., IPP.
Institut Teknologi Bandung



antara biaya dan tingkat layanan untuk mencapai tingkat kepuasan pelanggan yang optimal dengan biaya yang minimal.

Salah satu tujuan utama manajemen inventori dan stok adalah menjaga kesinambungan produksi dan distribusi. Manajemen inventori yang tepat memastikan bahwa bahan baku dan komponen yang diperlukan selalu tersedia untuk proses produksi, sehingga mencegah penundaan dan gangguan. Oleh karena itu, pembahasan mengenai identifikasi jumlah dan posisi barang yang dimiliki perusahaan untuk menjaga kelancaran produksi terhadap kekurangan bahan atau barang penting, perlu dilakukan.

Tujuan penulisan adalah menjelaskan konsep dasar dan ruang lingkup manajemen inventori dan stok dalam sistem distribusi dan rantai pasok. Juga mengidentifikasi peran strategis pengelolaan persediaan dalam meningkatkan efisiensi operasional, pengendalian biaya, dan kepuasan pelanggan; serta menganalisis metode dan teknik pengendalian inventori.

Jenis-Jenis Inventori dan Pengelolaannya

Inventori dapat diklasifikasikan menjadi bahan baku (*raw materials*), barang dalam proses (*work in process*), barang jadi (*finished goods*), dan perlengkapan pemeliharaan, perbaikan, dan operasional. Bahan baku adalah semua material yang dibeli untuk digunakan sebagai input dalam proses produksi untuk diubah menjadi barang jadi (Hamdy & Masari, 2020). Barang dalam proses mencerminkan nilai akumulatif dari bahan baku, tenaga kerja, dan *overhead* yang telah dikeluarkan dalam proses produksi tetapi belum menjadi barang jadi siap jual.

Manajemen inventori yang efektif melibatkan penentuan tingkat dan komposisi inventori suku cadang, bahan baku, dan barang hasil produksi, sehingga perusahaan dapat melindungi produksi dan penjualan secara efektif dan efisien (Fitriana *et al.*, 2016). Barang jadi adalah produk yang telah menyelesaikan proses produksi dan siap untuk dijual kepada pelanggan. Ketersediaan barang jadi sangat penting untuk memenuhi permintaan pelanggan dan menghindari hilangnya potensi penjualan.

inventori pelanggan, yang memungkinkannya membuat keputusan yang tepat terkait jumlah dan waktu pengisian ulang. Dalam model VMI, pemasok yang menentukan keputusan inventori untuk pembeli.

Tujuan dari VMI adalah untuk menciptakan rantai pasok yang lebih responsif dan efisien dengan mengurangi keterlambatan informasi dan efek *bullwhip* (fenomena meningkatnya variabilitas permintaan di sepanjang rantai pasok). VMI mengalihkan tanggung jawab pengelolaan persediaan dari pelanggan ke pemasok, sehingga memperlancar hubungan kerja sama dan mendorong kolaborasi jangka panjang. VMI juga dapat menjamin ketersediaan barang dan mengurangi penumpukan barang di tingkat ritel (Sabila *et al.*, 2018).

Penerapan VMI memerlukan tingkat kepercayaan dan kolaborasi yang tinggi, serta integrasi sistem teknologi informasi antara pemasok dan pelanggan. Visibilitas pemasok terhadap data persediaan pelanggan memungkinkan pengoptimalan jadwal produksi dan pengurangan waktu tunggu. Penerapan VMI mencerminkan strategi kolaboratif yang efisien untuk mengurangi efek *bullwhip* dalam kolaborasi pembeli-pemasok di jaringan antar-organisasi (Cannavale *et al.*, 2022).

Implementasi VMI juga membutuhkan infrastruktur TI yang kuat untuk mendukung pertukaran data yang lancar antara pemasok dan pelanggan (Shen *et al.*, 2024). VMI menjadi strategi yang kuat bagi perusahaan yang ingin mengoptimalkan kinerja rantai pasok serta membangun hubungan yang lebih kuat dengan mitra bisnisnya (Sutarmin & Jatmiko, 2016). Kecerdasan buatan (AI) dapat semakin meningkatkan sistem VMI melalui peningkatan keamanan, efisiensi, dan pengurangan biaya dalam manajemen di bisnis farmasi (Shen *et al.*, 2024).

Kesimpulan

Manajemen inventori dan stok memegang peran strategis dalam menciptakan keunggulan distribusi yang kompetitif. Pengelolaan persediaan yang efektif tidak hanya memastikan ketersediaan barang

sesuai permintaan pelanggan, tetapi juga meminimalkan biaya penyimpanan dan risiko kekosongan stok.

Praktik-praktik seperti penentuan *Reorder Point* (ROP), penggunaan *safety stock*, analisis ABC dan VED, serta model EOQ memungkinkan perusahaan untuk mencapai efisiensi operasional dan meningkatkan tingkat layanan pelanggan. Dalam konteks distribusi, ketersediaan produk yang konsisten dan tepat waktu menjadi kunci dalam membangun loyalitas konsumen dan menjaga keunggulan pasar.

Keberhasilan manajemen inventori dan stok sangat bergantung pada sinergi antara fungsi logistik, pemasaran, dan teknologi informasi. Logistik bertanggung jawab atas kelancaran aliran barang, pemasaran memberikan masukan terkait permintaan pasar, sementara teknologi informasi menyediakan data *real-time* untuk pengambilan keputusan yang cepat dan akurat. Integrasi ketiganya memungkinkan prediksi permintaan yang lebih tepat, perencanaan pengisian ulang yang optimal, serta pengendalian inventori yang adaptif terhadap dinamika pasar.

Dengan memanfaatkan teknologi seperti ERP, *machine learning*, dan sistem berbasis *cloud*, perusahaan dapat mempercepat proses distribusi, menekan biaya, dan meningkatkan ketepatan waktu pengiriman, yang berkontribusi pada daya saing jangka panjang.

Daftar Pustaka

- Akkaş, A., & Honhon, D. (2021). Shipment Policies for Products with Fixed Shelf Lives: Impact on Profits and Waste. *Manufacturing \& Service Operations Management*, 24(3), 1611–1629. <https://doi.org/10.1287/msom.2021.1018>.
- Alam, M. K., Thakur, O. A., & Islam, F. T. (2023). Inventory Management Systems of Small And Medium Enterprises In Bangladesh. *Rajagiri Management Journal*, 18(1), 8–19. <https://doi.org/10.1108/ramj-09-2022-0145>.
- Alsharari, N. M. (2021). Management Accounting Practices and E-Business Model in the US Walmart Corporation. In *IntechOpen eBooks*. IntechOpen. <https://doi.org/10.5772/intechopen.100630>.
- Alwendi, A. (2021). Optimalisasi Internet of Things untuk Meningkatkan Produksi pada Sektor Usaha Kecil dan Menengah di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Informatika Dan Rekayasa Perangkat Lunak*, 3(1), 16. <https://doi.org/10.36499/jinrpl.v3i1.3963>.
- Avlijaš, G., Dumanovic, V. V., & Radunovic, M. (2021). Measuring the Effects of Automatic Replenishment on Product Availability in Retail Stores. *Sustainability*, 13(3), 1391. <https://doi.org/10.3390/su13031391>.
- Bakhtiar, B., Syukriah, S., & Rinaldi, R. (2023). Penggunaan Metode Economic Order Quantity Pada Pengendalian Persediaan Bahan Baku Jagung Di Pabrik Pakan Ikan Terapung Bung Malaka Bireuen. *Industrial Engineering Journal*, 12(1), 28–38. <https://doi.org/10.53912/iej.v12i1.1021>.
- Cannavale, C., Tamarro, A. E., Leone, D., & Schiavone, F. (2022). Innovation Adoption In Inter-Organizational Healthcare Networks–The Role Of Artificial Intelligence. *European Journal of Innovation Management*, 25(6), 758–774. <https://doi.org/10.1108/ejim-08-2021-0378>.
- Dai, B., & Li, F. (2021). Joint Inventory Replenishment Planning of an E-Commerce Distribution System with Distribution Centers at Producers' Locations. *Logistics*, 5(3), 45. <https://doi.org/10.3390/logistics5030045>.
- Deng, C., & Yong-ji, L. (2021). A Deep Learning-Based Inventory Management and Demand Prediction Optimization Method for Anomaly Detection. *Wireless Communications and Mobile*

- Computing*, 2021(1). <https://doi.org/10.1155/2021/9969357>.
- Firdaus, D. M. M. H. (2020). Pengukuran Kinerja Supply Chain Perum Bulog Divisi Regional Kalimantan Barat Menggunakan Supply Chain Operation Reference (SCOR). *Coding Jurnal Komputer Dan Aplikasi*, 8(3), 19. <https://doi.org/10.26418/coding.v8i3.42414>.
- Fitriana, R., Moengin, P., & Riana, M. (2016). Information System Design of Inventory Control Spare Parts Maintenance (valuation class 5000) (case study: plant kw). *IOP Conference Series Materials Science and Engineering*, 114, 12076. <https://doi.org/10.1088/1757-899x/114/1/012076>.
- Guo, Y., Liu, F., Song, J., & Wang, S. (2024). Supply Chain Resilience: A Review From The Inventory Management Perspective. In *Fundamental Research* (Vol. 5, Issue 2, pp. 450–463). Elsevier BV. <https://doi.org/10.1016/j.fmre.2024.08.002>.
- Gutiérrez, X. P. F., Pardini, Y. B. C., & Loredó-Medina, R. (2023). Redistribución De Inventario Con Base En Clasificación ABC Para Mejorar El Flujo De Materiales En Una Empresa Productora De Alimentos En Sinaloa, México. *Ingeniería Industrial*, 44, 65–80. <https://doi.org/10.26439/ing.ind2023.n44.6244>.
- Hamdy, M. I., & Masari, A. (2020). Penerapan Re Order Point (ROP) dan Safety Stock pada Pengadaan Chemical Demulsifier dan Chemical Reverse Demulsifier. *Jurnal Teknik Industri: Jurnal Hasil Penelitian Dan Karya Ilmiah Dalam Bidang Teknik Industri*, 5(2), 87. <https://doi.org/10.24014/jti.v5i2.8998>.
- Himawan, F., Ripanti, E. F., & Mutiah, N. (2021). Desain Jaringan Distribusi Bantuan Sosial Beras Sejahtera (Bansos Rastra) menggunakan Metode Distribution Requirement Planning. *Jurnal Edukasi Dan Penelitian Informatika (JEPIN)*, 7(1), 84. <https://doi.org/10.26418/jp.v7i1.44077>.
- Islam, S. S., Pulungan, A. H., & . A. R. (2019). Inventory Management Efficiency Analysis: A Case Study of An SME Company. *Journal of Physics Conference Series*, 1402(2), 22040. <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1402/2/022040>.
- Jelagat, K. M., & Paul, S. N. (2020). Effects of Inventory Management on The Performance of State Corporations in Kenya. *International Journal of Supply Chain and Logistics*, 4(2), 27–51. <https://doi.org/10.47941/ijscsl.465>.
- Jin, Z., Maasoumy, M., Liu, Y., Zheng, Z., & Ren, Z.-Y. (2025). Stochastic

- Optimization of Inventory at Large-Scale Supply Chains. *ArXiv (Cornell University)*. <https://doi.org/10.48550/arxiv.2502.11213>.
- Khan, M. G., Huda, N. U., & uz Zaman, U. K. (2022). Smart Warehouse Management System: Architecture, Real-Time Implementation and Prototype Design. *Machines*, *10*(2), 150. <https://doi.org/10.3390/machines10020150>.
- Milewski, D., & Wiśniewski, T. (2022). Regression Analysis As An Alternative Method of Determining The Economic Order Quantity and Reorder Point. *Heliyon*, *8*(9). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e10643>.
- Mirzaee, H., Samarghandi, H., & Willoughby, K. A. (2023). On Designing A Resilient Green Supply Chain To Mitigate Ripple Effect: A Two-Stage Stochastic Optimization Model. *ArXiv (Cornell University)*. <https://doi.org/10.48550/arxiv.2303.01729>.
- Obadire, A. M., Boitshoko, B. L., & Moyo, N. T. (2022). Analysis of the Impact of Inventory Management Practices on the Effectiveness of Retail Stores in South Africa. *Global Journal of Management and Business Research*, 1–7. <https://doi.org/10.34257/gjmbrcvol22is5pg1>.
- Okonenko, T. I., Фихтнер, О. А., & Антропова, Г. А. (2022). Analysis of the Medicinal Assortment as a Factor of Increasing the Competitiveness of Organizations in the Pharmacy Market of the Region. *Advances in Economics, Business and Management Research/Advances in Economics, Business and Management Research*. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.220208.050>.
- Pasupuleti, V., Thuraka, B., Kodete, C. S., & Malisetty, S. (2024). Enhancing Supply Chain Agility And Sustainability Through Machine Learning: Optimization Techniques for Logistics and Inventory Management. *Logistics*, *8*(3), 73. <https://doi.org/10.3390/logistics8030073>.
- Pérez, H. D., Hubbs, C. D., Li, C., & Grossmann, I. E. (2021). Algorithmic Approaches to Inventory Management Optimization. *Processes*, *9*(1), 102. <https://doi.org/10.3390/pr9010102>.
- Pranoto, A. O., & Sediyo, E. (2021). Perancangan Sistem Informasi Inventaris Barang Berbasis Web. *Jurnal Teknik Informatika Dan Sistem Informasi*, *7*(2), 357–372.
- Ramos-Miller, M., & Pacheco, A. (2023). Towards Inventory Control Excellence: An Innovative Approach Based On A Web-Based

- Platform. *F1000Research*, 12, 1471. <https://doi.org/10.12688/f1000research.140745.1>.
- Rao, A., & Nayak, N. (2017). A Study On The Effectiveness Of Inventory Management And Control System In A Milk Producer Organisation. *International Journal Of Logistics Systems And Management*, 28(2), 253. <https://doi.org/10.1504/ijlsm.2017.086361>.
- Sabila, A. D., Mustafid, M., & Suryono, S. (2018). Inventory Control System by Using Vendor Managed Inventory (VMI). *E3S Web of Conferences*, 31, 11015. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/20183111015>.
- Saleem, S. Z. E. B. Bin, & Ullah, A. (2023). The Pros and Cons of Inventory Control Strategies, and How Does it Affect the Company's Performance. *International Journal of Operations Management*, 3(1), 7–14. <https://doi.org/10.18775/ijom.2757-0509.2020.31.4001>.
- Senthilnathan, S. (2019). Economic Order Quantity (EOQ). *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3475239>.
- Shen, J., Bu, F., Ye, Z., Zhang, M., Ma, Q., Yan, J., & Huang, T. (2024). Management of Drug Supply Chain Information Based on “Artificial Intelligence + Vendor Managed Inventory” In China: Perspective Based on A Case Study. *Frontiers in Pharmacology*, 15. <https://doi.org/10.3389/fphar.2024.1373642>.
- Sutarmin, & Jatmiko, D. P. (2016). Value Chain Analysis To Improve Corporate Performance: A Case Study Of Essential Oil Export Company In Indonesia. *Investment Management and Financial Innovations*, 13(3), 183–190. [https://doi.org/10.21511/imfi.13\(3-1\).2016.04](https://doi.org/10.21511/imfi.13(3-1).2016.04).
- Sutisna, H., & Cahyati, M. (2021). Implementasi Metode ROP Pada Perancangan Sistem Informasi Persediaan Produk Kecantikan pada CV BK Tasikmalaya. *Reputasi Jurnal Rekayasa Perangkat Lunak*, 2(1), 37–41. <https://doi.org/10.31294/reputasi.v2i1.335>.
- Tanubrata, M., & Gunawan, I. (2018). Procurement Management/ Material Supply on Construction Projects. *MATEC Web of Conferences*, 215, 1031. <https://doi.org/10.1051/mateconf/201821501031>.
- Tungalag, N., Munkhdalai, E., & Enkhbat, R. (2017). A Note on Economic Order Quantity Model. *IBusiness*, 9(4), 74–79. <https://doi.org/10.4236/ib.2017.94006>.

- Ünal, Ö. A., ErKayman, B., & Usanmaz, B. (2023). Applications of Artificial Intelligence in Inventory Management: A Systematic Review of the Literature. In *Archives of Computational Methods in Engineering*. Springer Science+Business Media. <https://doi.org/10.1007/s11831-022-09879-5>.
- Wijaya, Y. (2021). Penerapan Metode Rapid Application Development (RAD) Dalam Pengembangan Sistem Informasi Data Toko. *SITECH Jurnal Sistem Informasi Dan Teknologi*, 3(2), 95–102. <https://doi.org/10.24176/sitech.v3i2.5141>.
- Żabińska, I., & Czaplicka-Kalaman, P. (2020). Improving the Management of Storage Stock in the Tire Industry Using the Example of a Selected Company. *Multidisciplinary Aspects of Production Engineering*, 3(1), 548–558. <https://doi.org/10.2478/mape-2020-0046>.
- Žic, J., Žic, S., Đukić, G., & Dabić-Miletić, S. (2024). Exploring Green Inventory Management through Periodic Review Inventory Systems A Comprehensive Literature Review and Directions for Future Research. *Sustainability*, 16(13), 5544. <https://doi.org/10.3390/su16135544>.
- Zwaida, T. A., Pham, C., & Beauregard, Y. (2021). Optimization of Inventory Management to Prevent Drug Shortages in the Hospital Supply Chain. *Applied Sciences*, 11(6), 2726. <https://doi.org/10.3390/app11062726>.

PROFIL PENULIS



Ir. Pathmi Noerhatini, M.Si, IPP.

Ketertarikan penulis terhadap kewirausahaan dimulai pada tahun 2005 dengan mendirikan perusahaan perseorangan *Lyco Farm* dan selanjutnya menjadi CV *Lyco Farm* pada tahun 2023. CV *Lyco Farm* adalah perusahaan berbasis trading sayuran berkualitas prima ke beberapa supermarket di Bandung dan sekitarnya yaitu Yogya/Griya, Borma dan Papaya. Produk berasal dari kebun swakelola dan dari mitratani. Hal tersebut membuat penulis memilih untuk mengambil kuliah S3 prodi Manajemen Pemasaran, Universitas Pasundan pada tahun 2023. Sebelumnya penulis bersekolah di SMAN 4 Bandung pada tahun 1978, dilanjutkan dengan Studi S1 Agronomi di Institut Pertanian Bogor (IPB) lulus 1985 dan S2 dari IPB lulus 1994. Saat ini penulis bekerja sebagai dosen di Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Teknologi Bandung (ITB). Penulis memiliki kepakaran di bidang kewirausahaan, terutama *Technopreneurship*. Penulis mengajar Kewirausahaan, Sosiologi Industri, Pancasila dan Kewarganegaraan di ITB. Selain sebagai dosen, penulis pun menjadi peneliti di Pusat Pemberdayaan Perdesaan (P2D) ITB, dimana proposal pengabdian masyarakat didanai ITB sejak 2015 sampai sekarang, juga terlibat beberapa proyek pemberdayaan masyarakat dengan dana dari beberapa NGO dari Belanda, Belgia, Amerika Serikat dan JICA (Jepang), juga dari Kementerian Pertanian dan Pemprov Jabar. Penulis juga aktif sebagai instruktur untuk pelatihan pelaku UMKM, termasuk kelompok tani sejak 2002 sampai sekarang. Pada tahun 2012 penulis menjadi juara nasional dan mendapatkan Anugrah Citra Produk Pertanian Berdaya Saing 2012 dari Kementerian Pertanian RI.



BAB 5

DISTRIBUSI

BERKELANJUTAN

Dr. Ir. Hardjanto Nusantoro, M.M.
Universitas Raharja



Pendahuluan

Distribusi berkelanjutan atau *Green Distribution* merupakan pendekatan strategis dalam sistem distribusi yang mengintegrasikan prinsip ramah lingkungan, yang memadukan antara prinsip efisiensi logistik dengan kepedulian terhadap kelestarian lingkungan. Di tengah meningkatnya kesadaran global akan dampak negatif perubahan iklim dan degradasi lingkungan, dunia usaha dituntut untuk mengubah paradigma distribusi tradisional yang hanya berorientasi pada kecepatan dan biaya, menjadi sistem yang lebih bertanggung jawab secara ekologis.

Distribusi berkelanjutan tidak hanya memperbaiki performa lingkungan dalam rantai pasok, tetapi juga memberikan nilai tambah bisnis yang signifikan. Pendekatan distribusi berkelanjutan dilakukan melalui berbagai upaya menekan *carbon footprint*, mulai dari pemilihan moda transportasi rendah emisi, penggunaan kemasan ramah lingkungan, pengelolaan gudang berkelanjutan, hingga pemanfaatan teknologi *digital* untuk memaksimalkan efisiensi operasional, sehingga dapat meminimalkan dampak negatif terhadap lingkungan.

Konsep ini semakin penting di era modern ini, di mana konsumen dan *regulator* menuntut transparansi dan tanggung jawab lingkungan dari setiap entitas bisnis. Perusahaan yang mampu mengadopsi prinsip distribusi berkelanjutan tidak hanya akan mendapatkan keunggulan kompetitif, tetapi juga membangun reputasi sebagai pelaku bisnis yang peduli terhadap masa depan bumi dan generasi mendatang.

Tujuan dan Manfaat Implementasi *Green Distribution*

Penerapan konsep distribusi berkelanjutan bertujuan untuk menciptakan sistem distribusi yang ramah lingkungan, efisien, dan berkelanjutan secara sosial dan ekonomi, dilakukan dengan meminimalkan konsumsi energi dan emisi karbon, serta mengoptimalkan proses logistik tanpa mengorbankan kualitas layanan. Implementasi distribusi berkelanjutan dapat dilakukan dengan melalui upaya:

- 2) Rantai pasok global IKEA sangat kompleks, dengan lebih dari 1.800 pemasok di 50 negara, sehingga standarisasi *green logistics* menjadi tantangan besar.
 - 3) Kebutuhan edukasi konsumen dalam merakit produk dan mengelola limbah kemasan juga merupakan bagian dari tanggung jawab distribusi berkelanjutan.
- c. Solusi
- 1) IKEA menargetkan semua pengiriman terakhir (*last-mile delivery*) di kota besar dilakukan menggunakan kendaraan listrik atau emisi nol pada 2025.
 - 2) Investasi dalam gudang pintar yang hemat energi dan penggunaan biofuel untuk transportasi laut.
 - 3) Pengembangan desain produk baru yang lebih ringan dan padat, untuk mengurangi volume logistik hingga 50%

2. Studi Kasus 2: DHL-Go Green Logistics

- a. Latar Belakang
- DHL, sebagai perusahaan logistik global, meluncurkan program *Go Green* yang bertujuan untuk mengurangi emisi karbon dan meningkatkan efisiensi energi dalam seluruh operasinya.
- b. Tantangan
- 1) Tingginya jejak karbon dari operasi transportasi udara dan darat (terutama ekspedisi global).
 - 2) Kendala penerapan teknologi hijau di negara-negara berkembang yang belum memiliki infrastruktur EV dan energi terbarukan yang memadai.
 - 3) Biaya transisi ke armada listrik dan digitalisasi rute distribusi yang tinggi untuk skala global.
- c. Solusi
- 1) DHL melakukan *offset karbon* melalui proyek reforestasi dan konservasi.
 - 2) Menerapkan *Smart Truck routing system* berbasis AI yang meminimalkan jarak tempuh dan konsumsi bahan bakar.
 - 3) Peningkatan armada kendaraan listrik di Eropa dan pilot project di Asia Tenggara.
 - 4) Meningkatkan transparansi dengan pelaporan jejak karbon pada tiap layanan logistik kepada pelanggan.

3. Studi Kasus 3: *Unilever-Sustainable Living Plan*

a. Latar Belakang

Unilever, produsen barang konsumen global, mengembangkan *Unilever Sustainable Living Plan* (USLP) untuk mengurangi separuh dampak lingkungan dari kegiatan bisnisnya, termasuk distribusi.

b. Tantangan

- 1) Distribusi produk *Unilever* menjangkau pasar-pasar terpencil dengan infrastruktur minim, terutama di Asia dan Afrika.
- 2) Pengemasan sekali pakai dan penggunaan plastik masih menjadi faktor dominan dalam rantai distribusi.
- 3) Kesulitan dalam mengadopsi teknologi ramah lingkungan di semua lokasi operasional.

c. Solusi

- 1) Penggunaan kendaraan ramah lingkungan dan efisiensi pengangkutan, seperti optimalisasi rute dan sistem manajemen energi gudang.
- 2) Kemitraan dengan *startup* logistik lokal untuk solusi *last-mile* yang ramah lingkungan (misalnya, sepeda listrik di India dan Indonesia).
- 3) Pengurangan berat kemasan, desain ulang kemasan produk untuk meningkatkan efisiensi logistik dan mengurangi jejak karbon.
- 4) Pelaporan publik tahunan mengenai pencapaian distribusi berkelanjutan sebagai bentuk akuntabilitas.

Ketiga perusahaan tersebut di atas, menghadapi tantangan yang berbeda dalam menerapkan strategi *green distribution* mulai dari aspek teknis, geografis, hingga budaya organisasi. Namun, mereka mampu mengubah tantangan tersebut menjadi peluang melalui:

1. Inovasi desain dan digitalisasi distribusi.
2. Kolaborasi lintas sektor.
3. Investasi pada teknologi rendah emisi.
4. Komitmen jangka panjang terhadap keberlanjutan.

Daftar Pustaka

- Ahi, P., & Searcy, C. (2013). A Comparative Literature Analysis of Definitions For Green And Sustainable Supply Chain Management. *Journal of Cleaner Production*, 52, 329–341.
- DHL. (2022). *DHL GoGreen Solutions: Delivering A Sustainable Future*. DHL Group. <https://www.dhl.com/gogreen>.
- Georgiadis, P., Vlachos, D., & Tagaras, G. (2006). The Impact of Product Lifecycle on Capacity Planning of Closed-Loop Supply Chains With Remanufacturing. *Production and Operations Management*, 15(4), 514–527.
- IKEA. (2023). *Sustainability Strategy: People And Planet Positive*. Inter IKEA Group. <https://www.ikea.com/sustainability>.
- McKinnon, A. C., Browne, M., Whiteing, A., & Piecyk, M. (2015). *Green Logistics: Improving The Environmental Sustainability of Logistics*. Kogan Page.
- Mangla, S. K., Govindan, K., & Luthra, S. (2017). Critical Success Factors For Reverse Logistics In The Indian Manufacturing Sectors. *Journal of Cleaner Production*, 129, 608–621.
- Unilever. (2022). *The Unilever Sustainable Living Plan*. Unilever Global. <https://www.unilever.com/sustainable-living>
- World Economic Forum. (2020). *The Future of The Last-Mile Ecosystem*. World Economic Forum. <https://www.weforum.org/reports>.

PROFIL PENULIS



Dr. Ir. Hardjanto Nusantoro, M.M.

Penulis adalah seorang praktisi dan dosen tetap yang mengajar pada Prodi Manajemen Ritel, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, di Universitas Raharja, Tangerang. Penulis menyelesaikan pendidikan S-1 nya di jurusan Teknik Kimia, Fakultas Teknik Industri, Institut Teknologi Bandung. Ketertarikan penulis pada bidang manajemen, telah mendorong penulis untuk melanjutkan studi S-2 nya pada Program Magister Manajemen, di Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta. Selanjutnya penulis menyelesaikan Pendidikan S-3 nya dalam bidang Administrasi Bisnis, di Universitas Padjadjaran, Bandung. Sebagai dosen praktisi, penulis mempunyai pengalaman lebih dari 30 tahun menduduki posisi manajerial dan *top management* di beberapa perusahaan yang bergerak dalam bidang kimia dan Industri *manufacturing*. Penulis memiliki kepakaran dalam bidang manajemen produksi, manajemen strategi korporasi dan pada saat ini penulis tertarik untuk mendalami bidang "*green corporate strategy*". Sebagai praktisi dalam bidang industri, penulis sadar bahwa suatu industri dalam menjalankan aktivitasnya, selain memberikan manfaat ekonomi, seringkali juga dapat memberikan dampak negatif terhadap kehidupan masyarakat dan terhadap lingkungannya, jika tidak dikelola secara bertanggung jawab. Untuk itu sangat diperlukan Strategi Bisnis yang Berkelanjutan, yang mengacu pada dimensi 3P (*Profit, People, Planet*) dan *Sustainability* yang mengacu pada standar *ESG (Environmental, Social, Governance)*.

Email Penulis: hardjanto.nusantoro@raharja.info.



BAB 6
MANAJEMEN
DISTRIBUSI DI ERA *E-*
COMMERCE

Nur Fadilah Ayu Sandira, S.Pd., M.M.
Universitas Negeri Makassar



Hal ini mempertegas bahwa dalam konteks distribusi digital, keberhasilan logistik sangat ditentukan oleh kemampuannya dalam menghadirkan layanan yang efisien sekaligus mendukung loyalitas konsumen.

Perubahan Paradigma Jaringan Distribusi

Distribusi merupakan bagian penting dalam aktivitas pemasaran yang berfungsi untuk mengatur proses penyaluran barang dan jasa dari produsen ke konsumen, agar dapat digunakan sesuai kebutuhan mereka. Dalam konteks *digital*, pemasaran tidak hanya bergantung pada pendekatan tradisional, tetapi juga mengintegrasikan penggunaan internet dan teknologi *digital* guna mencapai tujuan pemasaran yang lebih efektif.

Selain itu, preferensi konsumen dalam melakukan pembelian menunjukkan bahwa mereka cenderung memilih dan mengonsumsi produk tertentu berdasarkan kebutuhan dan persepsi mereka (Hasminiar *et al.*, 2024). Oleh karena itu, distribusi sangat berkaitan erat dengan strategi pemasaran dan aktivitas penjualan. Pihak yang terlibat dalam proses distribusi harus memiliki produk atau layanan yang ditawarkan, agar dapat mencapai target pasar secara efisien. Dalam hal ini, distributor memainkan peran sebagai penghubung penting yang membantu konsumen memperoleh barang dan jasa secara lebih mudah dan cepat. Kata 'distributor' berasal dari bahasa Inggris *distributive* yang berarti menyalurkan, sedangkan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, distributif diartikan sebagai menyalurkan atau mengantuk.

Sementara itu, pengiriman mengacu pada proses penyerahan barang dari pengirim hingga tersedia di tangan pembeli. Dengan adanya sistem distribusi yang baik, proses pengantaran barang dari pemasok ke pelanggan dapat berlangsung lebih efisien dan lancar (Car *et al.*, 2023).

Tradisionalnya, sistem distribusi menggunakan jaringan terpusat dengan gudang besar di satu lokasi utama. Namun, model ini mulai ditinggalkan karena tidak mampu mengimbangi kebutuhan pengiriman yang cepat dan beragam. Saat ini, banyak perusahaan mengadopsi jaringan distribusi regional dan *Micro-Fulfillment Center*

(MFC) yang mendekatkan stok barang ke konsumen akhir (Melacini *et al.*, 2018).

Selain itu, konsep omnichannel menjadi kunci sukses distribusi modern, di mana konsumen dapat memilih berbagai metode pemesanan dan pengambilan barang (Belavina *et al.*, 2016). Penelitian oleh Saghafian dan Van Oyen (2019) menunjukkan bahwa integrasi strategi *omnichannel* dapat menurunkan biaya distribusi hingga 20% dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Fase Logistik Dalam *E-Commerce*

Sebelum memahami lebih dalam mengenai fase-fase logistik dalam *e-commerce*, penting untuk melihat alur distribusi secara menyeluruh. Diagram berikut memberikan gambaran umum mengenai perjalanan produk dari pemasok hingga ke tangan konsumen, yang mencakup tiga fase utama dalam rantai distribusi *digital*.



Gambar 6.1: Diagram Alur Distribusi *E-Commerce*

Sumber: Diolah Penulis.

1. *First Mile*

Pengumpulan barang dari pemasok. Fase ini melibatkan pengumpulan barang dari pemasok dan pengiriman ke pusat distribusi. Efisiensi dalam pengadaan dan konsolidasi pengiriman menjadi fokus utama (Chopra & Meindl, 2013).

2. *Middle Mile*

Penyortiran dan pemrosesan di gudang pusat atau regional. Tahap ini berhubungan dengan pemrosesan dan penyortiran barang di pusat distribusi. Peran *Warehouse Management System* (WMS) sangat penting dalam mendukung produktivitas dan keakuratan picking (Li *et al.*, 2022). Studi oleh Roodbergen dan Vis (2015) menunjukkan bahwa penerapan sistem otomatisasi pada tahap *middle-mile* dapat meningkatkan akurasi pemrosesan hingga 35%.

Penggunaan teknologi seperti WMS, IoT, *Big Data*, *Blockchain*, dan sistem otomatisasi gudang telah terbukti mampu meningkatkan kecepatan, akurasi, serta transparansi proses distribusi. Kualitas layanan juga menjadi tolok ukur penting dalam manajemen distribusi. Kepuasan pelanggan tidak hanya ditentukan oleh kecepatan pengiriman, tetapi juga oleh keandalan sistem pelacakan, personalisasi layanan, dan keamanan data. Oleh karena itu, perusahaan perlu memastikan perlindungan data konsumen serta menerapkan praktik etis dalam penggunaan informasi pelanggan. Di sisi lain, tantangan lingkungan dan sosial tidak dapat diabaikan.

Meningkatnya jumlah kendaraan logistik, penggunaan kemasan sekali pakai, serta eksploitasi tenaga kerja pengiriman menjadi isu yang harus direspons dengan strategi distribusi berkelanjutan dan tanggung jawab sosial yang kuat. Implementasi *green logistics*, keterlibatan komunitas, dan perlindungan pekerja menjadi bagian dari solusi.

Untuk mengatasi kompleksitas distribusi di era *digital*, perusahaan disarankan menerapkan strategi hybrid, berinvestasi pada teknologi, membangun kolaborasi dengan 3PL, dan memperkuat pengelolaan SDM logistik. Dengan demikian, manajemen distribusi tidak hanya menjadi alat pemenuhan permintaan, tetapi juga pendorong keunggulan kompetitif yang berorientasi pada efisiensi, keberlanjutan, dan kepuasan pelanggan.

Daftar Pustaka

- Allen, J., Piecyk, M., & Piotrowska, M. (2018). Last Mile Logistics: Challenges And Opportunities. *Transport Research Arena*.
- Bai, S., et al. (2020). Autonomous Delivery Systems. *IEEE Access*.
- Bayles, D. L. (2001). *E-Commerce Logistics And Fulfillment: Delivering The Goods*. Prentice Hall.
- Belavina, E., et al. (2016). Designing The Omnichannel Supply Chain. *INFORMS Journal on Applied Analytics*.
- Boysen, N., de Koster, R., & Weidinger, F. (2019). Warehousing In The E-Commerce Era: A survey. *European Journal of Operational Research*.
- Car, A., Trisuchon, J., Ayaragarnchanakul, E., Creutzig, F., Javaid, A., Puttanapong, N., Tirachini, A., Irawan, M. Z., Belgiawan, P. F., Tarigan, A. K. M., Wijanarko, F., Henao, A., Marshall, W. E., Chalermpong, S., Kato, H., Thaithatkul, P., Ratanawaraha, A., Fillone, A., HoangTung, N., ... Chalermpong, S. (2023). No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析 Title. *International Journal of Technology*, 47(1), 100950.
- Chen, X., et al. (2020). Cainiao And The Smart Logistics Network. *International Journal of Logistics Management*.
- Chopra, S., & Meindl, P. (2013). *Supply Chain Management*. Pearson.
- De Koster, R., et al. (2007). Optimizing Order Picking. *European Journal of Operational Research*.
- Evangelista, P., et al. (2021). Green Logistics In The Digital Age. *Journal of Cleaner Production*.
- Hasminiar, H., Hidayat, R., Karyono, O., Fitri, N. A., & Anggryani, L. (2024). Inovasi dalam Model Bisnis Distribusi: Tantangan dan Peluang di Era Digital. *EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 3(6), 867–880. <https://doi.org/10.56799/ekoma.v3i6.4536>.

- Hsiao, H.-I., et al. (2017). Logistics Service Performance In E-Commerce. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*.
- Li, Y., et al. (2022). Order-Picking Strategies In E-Commerce Warehouses. *International Journal of Logistics Management*.
- Mangiaracina, R., et al. (2015). Environmental Impact of E-Commerce. *Journal of Cleaner Production*.
- Putro, A. E. (2022). *Manajemen Kurir Dalam Perspektif Proses Bisnis*. Penerbit NEM.
- Roodbergen, K. J., & Vis, I. F. A. (2015). A Survey of Literature on Automated Storage And Retrieval Systems. *European Journal of Operational Research*.
- Saghafian, S., & Van Oyen, M. P. (2019). Operations Management of Omnichannel Retailing. *Production and Operations Management*.
- Utami, B., Oktavio, A., & Azzarah, M. A. (2023). *Manajemen E-Commerce*.
- Vakulenko, Y., et al. (2019). Service Quality In Last-Mile Delivery. *SAGE Open*.
- Wamba, S. F., et al. (2020). The Impact of Big Data Analytics And Artificial Intelligence on Logistics Performance. *Journal of Business Research*.
- Xu, X., et al. (2018). E-commerce Distribution And Customer Loyalty. *Electronic Commerce Research and Applications*.
- Zhang, X., et al. (2021). AI For Logistics Forecasting. *Transportation Research Part E*.
- Zhu, Q., et al. (2019). Robotics In Amazon Fulfillment Centers. *Industrial Management & Data Systems*.

PROFIL PENULIS



Nur Fadilah Ayu Sandira, S.Pd., M.M.

lahir di Makassar pada 17 Januari 2000. Penulis menyelesaikan pendidikan dasar hingga kuliah di Makassar, meraih gelar S1 di bidang Pendidikan Ekonomi dari Universitas Negeri Makassar pada 2021 dan S2 di bidang Manajemen konsentrasi Pemasaran pada 2023 di Universitas Hasanuddin. Karir profesionalnya dimulai di PT Intek *Electrical* Indonesia pada 2021 hingga Maret 2024. Pada April 2024, penulis beralih ke dunia akademik sebagai dosen di salah satu perguruan tinggi di Makassar yakni Universitas Negeri Makassar, Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Program Studi Manajemen. Menulis *book chapter* ini adalah salah satu caranya untuk berbagi pengetahuan dan memperluas wawasan di bidang manajemen.

Email Penulis: nur.fadhilah.ayu@unm.ac.id.



BAB 7

ANALISIS BIAYA

DISTRIBUSI

Herdiyanti, S.E., M.M.
Universitas Cipasung Tasikmalaya



Pengertian Biaya Distribusi

Biaya distribusi adalah semua biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan dalam rangka menyalurkan produk ke tangan konsumen (Kotler & Keller, 2019). Semua aktivitas setelah proses produksi seperti pengemasan, pengiriman, penyimpan termasuk dalam biaya distribusi. Fungsi biaya distribusi diantaranya untuk menjembatani antara produksi dan konsumsi, menjamin ketersediaan barang di pasar serta meningkatkan kepuasan pelanggan melalui pengiriman tepat waktu.

Tujuan utama dari biaya sewa gudang distribusi adalah menjamin ketersediaan produk di pasar dengan biaya seefisien mungkin. Biaya distribusi Menurut Mulyadi (2022), biaya distribusi dapat dikelompokkan berdasarkan perilakunya terhadap volume penjualan atau distribusi yaitu:

1. Biaya Distribusi Tetap (*Fixed Distribution Cost*)

Biaya yang jumlah totalnya tidak berubah, meskipun volume penjualan atau pengiriman produk berubah. Karakteristik biaya tetap:

- a. Tidak dipengaruhi oleh banyak atau sedikitnya barang yang dikirim.
- b. Biaya tetap setiap periode, kecuali ada perubahan kapasitas atau kebijakan.
- c. Per unit dapat berubah tetapi totalnya tetap.

Biaya yang termasuk kategori biaya tetap diantaranya gaji tetap staf gudang/distribusi, sewa gudang distribusi, asuransi kendaraan pengangkut, penyusutan kendaraan pengiriman.

2. Biaya Distribusi Variabel (*Variable Distribution Cost*)

Biaya yang berubah secara proporsional dengan jumlah barang yang didistribusikan. Karakteristik biaya variabel:

- a. Semakin banyak barang yang di jual atau dikirim, semakin tinggi biayanya.
- b. Total biaya naik turun sesuai volume distribusi.
- c. Per unit biaya tetap.

Biaya yang termasuk biaya variabel diantaranya ongkos per unit produk, biaya bahan bakar kendaraan pengiriman, biaya kemasan per produk, upah tenaga lepas per kiriman. Biaya

4. Analisis ABC (*Activity Based Costing*)

Mengalokasikan biaya distribusi secara lebih akurat berdasarkan aktivitas yang terjadi.

Contoh:

Biaya aktivitas pemuatan Rp.5.000.000 (500 kali aktivitas).

Biaya aktivitas pengiriman Rp.20.000.000 (1000 km).

Tarif per aktivitas pemuatan $\text{Rp.5.000.000}/500 = \text{Rp.10.000}$.

Tarif per km pengiriman: $\text{Rp.20.000.000}/1.000 = \text{Rp.20.000}$.

Jika satu pengiriman melibatkan 2 aktivitas pemuatan dan menempuh 100 km.

Maka Total Biaya = $(2 \times 10.000) + (100 \times 20.000) = \text{Rp.2.000.000}$

Strategi Efisiensi Biaya Distribusi

1. Optimalisasi Rute Pengiriman

Menggunakan teknologi optimasi rute memungkinkan perusahaan untuk memilih jalur tercepat dan paling hemat bahan bakar. Dengan menghindari kemacetan dan rute tidak efisien, biaya operasional dapat ditekan secara signifikan. Contoh penggunaan *software route optimization* seperti *google Maps API* atau *system TMS (Transportation Management System)*.

2. Konsolidasi Pengiriman

Menggabungkan beberapa pengiriman kecil ke dalam satu pengiriman besar dapat menurunkan frekuensi perjalanan dan mengurangi biaya per unit barang dikirim. Strategi ini sangat efektif untuk wilayah tujuan yang berdekatan ID.

3. Penggunaan Teknologi *Tracking*

Teknologi seperti GPS dan RFID digunakan untuk memantau posisi armada secara *real-time*, memungkinkan penyesuaian cepat jika terjadi kendala. Selain itu, teknologi membantu dalam pelaporan waktu tempuh dan konsumsi bahan bakar secara akurat.

4. Pemanfaatan Gudang Dekat Pasar

Dengan menempatkan gudang distribusi di dekat pasar atau konsumen akhir, perusahaan dapat mengurangi jarak tempuh pengiriman dan mempercepat *lead time*. Hal ini juga menurunkan biaya bahan bakar dan resiko kerusakan produk selama perjalanan.

5. Aliansi Logistik Dengan Mitra Strategis

Bermitra dengan penyedia logistik yang memiliki jaringan luas dan teknologi canggih bisa mengurangi investasi aset sendiri seperti armada dan gudang. Aliansi ini membantu perusahaan fokus pada *core business* dan mendapatkan efisiensi biaya melalui skala ekonomi.

Daftar Pustaka

- Bowersox, D. J., Closs, D. J., & Cooper, M. B. (2021). *Supply Chain Logistics Management (6th ed.)*. McGraw-Hill Education.
- Christopher, M. (2019). *Logistics & Supply Chain Management (5th ed.)*. Pearson Education.
- Gattorna, J. (2020). *Dynamic Supply Chains: How To Design, Build And Manage People-Centric Value Networks (3rd ed.)*. Pearson Education.
- Heizer, J., Render, B., & Munson, C. (2020). *Operations Management: Sustainability And Supply Chain Management (13th ed.)*. Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2019). *Marketing management (15th ed.)*. Pearson.
- Mulyadi. (2022). *Akuntansi Biaya*. Salemba Empat.
- Rushton, A., Croucher, P., & Baker, P. (2022). *The Handbook of Logistics and Distribution Management: Understanding The Supply Chain (7th ed.)*. Kogan Page.

PROFIL PENULIS



Herdiyanti, S.E., M.M.

Ketertarikan penulis terhadap ilmu ekonomi dimulai pada tahun 1995 silam. Hal tersebut membuat penulis memilih untuk melanjutkan kuliah dengan mengambil Jurusan Manajemen di Universitas Siliwangi, tahun 1999 penulis meraih gelar sarjana ekonomi. Untuk menambah wawasan ilmu manajemen penulis kemudian melanjutkan pendidikan S2 (Magister Manajemen) di Universitas Siliwangi dan berhasil menyelesaikan studi S2 pada tahun 2016. Penulis memiliki kepakaran dibidang Manajemen Operasional. Untuk mewujudkan karir sebagai dosen profesional, penulis pun aktif sebagai peneliti di bidang kepakarannya tersebut. Penelitian yang telah dilakukan didanai oleh internal perguruan tinggi dan juga Kemenristek DIKTI yakni Dana Hibah Penelitian Dosen. Pemula. Selain peneliti, penulis juga aktif melakukan pengabdian pada masyarakat sebagai pelaksanaan Tri Dharma Perguruan tinggi. Dengan menulis buku di bidang ekonomi dengan harapan dapat memberikan kontribusi positif untuk pengembangan ilmu ekonomi bagi bangsa dan negara yang sangat tercinta ini. Atas dedikasi dan kerja keras dalam menulis buku.

Email Penulis: herdiyanti@uncip.ac.id.



BAB 8

MANAJEMEN KINERJA

DISTRIBUSI

Rakhmia Nalibratawati, S.E., M.E.Sy.
Universitas Winaya Mukti



serta strategi peningkatan performa distribusi yang berbasis data dan teknologi. Selain itu, bab ini juga dilengkapi dengan studi kasus serta analisis terhadap tantangan nyata yang dihadapi oleh pelaku industri dalam mengelola aktivitas distribusinya. Diharapkan, melalui pemahaman yang mendalam terhadap topik ini, pembaca dapat mengembangkan pendekatan manajerial yang tepat dalam menghadapi kompleksitas distribusi di lingkungan bisnis yang semakin dinamis dan kompetitif.

Landasan Teori Manajemen Kinerja Distribusi

Manajemen kinerja merupakan bagian integral dari fungsi manajerial yang mencakup proses perencanaan, pelaksanaan, pemantauan, dan evaluasi terhadap aktivitas organisasi. Menurut (Armstrong & Taylor, 2014) manajemen kinerja adalah pendekatan strategis dan terintegrasi untuk meningkatkan efektivitas organisasi dengan meningkatkan kinerja individu dan tim.

Dalam konteks distribusi, manajemen kinerja digunakan untuk memastikan bahwa seluruh proses logistik mulai dari penyimpanan hingga pengiriman berjalan sesuai tujuan strategis perusahaan. Distribusi sebagai bagian dari rantai pasok harus dilihat sebagai subsistem dalam sistem organisasi yang lebih besar. Konsep sistem terbuka menjelaskan bahwa aktivitas distribusi dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti permintaan pelanggan dan kondisi pasar. Karena rantai pasok yang efektif harus responsif terhadap perubahan lingkungan eksternal dengan menyeimbangkan efisiensi dan fleksibilitas. Oleh karena itu, manajemen kinerja distribusi perlu dirancang dengan mempertimbangkan dinamika tersebut agar mampu mendorong keunggulan kompetitif.

Pendekatan berbasis hasil (*Result-Based Management* atau RBM) juga relevan dalam manajemen kinerja distribusi. Menurut (OECD, 2021) RBM menekankan pentingnya fokus pada hasil yang dapat diukur sebagai dasar pengambilan keputusan dan perbaikan kinerja. Dalam distribusi, hal ini diterjemahkan ke dalam metrik seperti tingkat pengiriman tepat waktu, akurasi pemenuhan pesanan, dan kepuasan pelanggan. Dengan RBM, perusahaan dapat mengidentifikasi area distribusi yang perlu ditingkatkan secara objektif dan sistematis.

5. Kurangnya Visibilitas dan Transparansi Proses

Ketidakmampuan untuk melacak posisi barang secara tepat waktu, atau keterlambatan dalam mendapatkan informasi terkait gangguan distribusi, dapat menyebabkan pelayanan pelanggan yang buruk. Solusi: penerapan sistem *end-to-end visibility* dengan bantuan teknologi RFID, GPS, atau IoT sangat penting untuk meningkatkan transparansi. Selain itu, perusahaan harus membangun sistem komunikasi dua arah yang memungkinkan pelanggan menerima update status pengiriman secara otomatis dan akurat.

6. Kesenjangan Kompetensi SDM di Lapangan

Distribusi melibatkan banyak tenaga kerja di lapangan, mulai dari staf gudang, pengemudi, hingga petugas pengantaran. Kesenjangan keterampilan dan rendahnya kesadaran terhadap standar pelayanan dapat berdampak langsung pada kualitas distribusi.

Solusi: diperlukan program pelatihan berkala dan sistem sertifikasi internal untuk meningkatkan kompetensi SDM distribusi. Perusahaan juga perlu menanamkan budaya kerja yang berorientasi pada *customer-centricity*, akuntabilitas, dan ketepatan waktu melalui sistem reward dan evaluasi berbasis kinerja.

7. Perubahan Teknologi yang Terlalu Cepat

Perusahaan yang gagal mengikuti perkembangan teknologi distribusi berisiko tertinggal dalam persaingan. Namun di sisi lain, adopsi teknologi yang tidak sesuai dengan kesiapan organisasi juga dapat menimbulkan resistensi dan inefisiensi. Solusi: pendekatan transformasi *digital* bertahap dan berbasis kebutuhan harus diterapkan.

Sebelum mengadopsi teknologi baru, perusahaan harus melakukan *assessment readiness* dan menyelaraskan proses bisnis yang ada. Proses ini juga perlu didukung oleh komitmen manajemen puncak dan pendekatan *change management* yang terstruktur. Dengan mengenali tantangan secara sistematis dan merumuskan solusi yang bersifat preventif maupun adaptif, perusahaan dapat membangun sistem distribusi yang lebih tangguh, efisien, dan berorientasi pada keberlanjutan.

Penutup

Manajemen kinerja distribusi merupakan aspek strategis dalam pengelolaan rantai pasok modern. Bab ini telah menjelaskan secara sistematis mengenai konsep dasar, ruang lingkup, indikator, strategi peningkatan, praktik baik, hingga tantangan serta solusi yang relevan dalam pengelolaan distribusi. Dalam konteks bisnis yang semakin terdigitalisasi dan berorientasi pada pelanggan, distribusi tidak lagi dipandang sebagai fungsi pendukung, melainkan sebagai penggerak nilai tambah. Efisiensi logistik, ketepatan waktu pengiriman, serta pengalaman pelanggan yang optimal menjadi ukuran baru bagi keberhasilan distribusi.

Oleh karena itu, pendekatan manajerial terhadap distribusi harus holistik menggabungkan pemahaman teoritis, implementasi teknologi, pengembangan SDM, serta kemitraan strategis. Studi kasus dari sektor *e-commerce* menunjukkan bahwa perusahaan yang mampu mengelola distribusi dengan presisi memiliki keunggulan kompetitif yang signifikan.

Ke depan, tantangan distribusi akan semakin kompleks dengan meningkatnya tuntutan keberlanjutan, ketahanan logistik, dan integrasi lintas sistem. Maka dari itu, penting bagi manajer distribusi untuk tidak hanya adaptif terhadap perubahan, tetapi juga inovatif dalam membangun sistem distribusi yang tangguh dan responsif.

Daftar Pustaka

- Armstrong, M., & Taylor, S. (2014). *Armstrong's Handbook of Human Resource Management Practice (13th ed.)*. Kogan Page.
- Ballou, R. H. (2007). *Business Logistics/Supply Chain Management*. Pearson Education.
- Bowersox, D. J., Closs, D. J., & Cooper, M. B. (2012). *Supply Chain Logistics Management*. McGraw-Hill.
- Chopra, S., & Meindl, P. (2019). *Supply Chain Management*. Pearson.
- Christopher, M. (2016). *Logistics & Supply Chain Management (5th ed.)*. Pearson Education Limited.
- Fulfillment, A. (2023). *How Our Fulfillment Centers Work*. Amazon Fulfillment. <https://www.aboutamazon.com>.
- Group, W. B. (2023). *Logistics Performance Index*. World Bank Group. <https://lpi.worldbank.org>.
- Heizer, J., Render, B., & Munson, C. (2020). *Operations Management (13th ed.)*. Pearson Education.
- Hines, P. (2004). *Creating World Class Supply Chains*. Butterworth-Heinemann.
- Hines, P. (2010). *Value Stream Management: Strategy and Excellence in the Supply Chain (2nd ed.)*. Financial Times Prentice Hall.
- Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (2016). *The Balanced Scorecard: Translating Strategy into Action*. Harvard Business Review Press.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education.
- OECD. (2021). *Results-Based Management in Development Co-operation: A Review of Experience*. OECD Publishing. <https://www.oecd.org/dac/results-based-management.htm>.
- Review, H. B. (2020). *The Real-Time Supply Chain*. Harvard Business Review. <https://hbr.org>.
- Rushton, A., Croucher, P., & Baker, P. (2017). *The Handbook of Logistics and Distribution Management*. Kogan Page.

- Shopee Indonesia. (2024). *Shopee Logistics Overview*. Shopee Indonesia. <https://seller.shopee.co.id>.
- Simchi-Levi, D., Kaminsky, P., & Simchi-Levi, E. (2007). *Designing and Managing the Supply Chain*. McGraw-Hill.
- Slack, N., Brandon-Jones, A., & Johnston, R. (2020). *Operations Management*. Pearson.
- Tokopedia Help Center. (2024). *Panduan Penjual & Mitra Logistik*. Tokopedia Help Center. <https://www.tokopedia.com>.
- Waller, M. A., & Fawcett, S. E. (2013). Data Science, Predictive Analytics, and Big Data. *Journal of Business Logistics*.

PROFIL PENULIS



Rakhmia Nalibratawati, S.E., M.E.Sy.

Penulis merupakan akademisi yang memiliki kekhususan dalam bidang manajemen, khususnya manajemen pemasaran. Perjalanan akademik dimulai dengan menyelesaikan pendidikan Strata Satu (S1) di bidang Manajemen Pemasaran pada tahun 2011. Ketertarikan penulis terhadap nilai-nilai etika dalam dunia bisnis mendorongnya untuk melanjutkan studi Strata Dua (S2) dalam bidang Manajemen Pemasaran Syariah. Selama menempuh pendidikan, penulis aktif dalam kegiatan penelitian, pengajaran, dan diskusi ilmiah yang berkaitan dengan strategi pemasaran, perilaku konsumen, serta integrasi prinsip-prinsip syariah dalam praktik bisnis modern. Buku ini merupakan salah satu bentuk kontribusi penulis dalam memperkaya literatur di bidang manajemen, sekaligus menjembatani teori dan praktik yang aplikatif. Penulis percaya bahwa ilmu manajemen tidak hanya harus relevan secara akademik, tetapi juga memberi dampak nyata dalam kehidupan organisasi dan masyarakat. Dengan semangat tersebut, penulis berharap karya ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca, baik kalangan akademisi, mahasiswa, maupun praktisi di lapangan.

Email Penulis: rakhmianalibratawati@gmail.com.



BAB 9

INOVASI DALAM

LAYANAN DISTRIBUSI

Nulthazam Sarah, S.E., M.M.
Universitas Negeri Makassar



Pendahuluan

Distribusi adalah salah satu elemen paling krusial dalam rantai pasok dan sistem logistik sebuah organisasi. Perannya tidak hanya sebagai sarana pemindahan barang, tetapi juga sebagai pilar penentu efisiensi, kecepatan layanan, dan kepuasan pelanggan.

Dalam dunia bisnis yang semakin kompetitif, cepat berubah, dan terdigitalisasi, pendekatan tradisional terhadap distribusi tidak lagi memadai. Perusahaan yang tetap mengandalkan sistem distribusi konvensional berisiko kehilangan pelanggan, mengalami pembengkakan biaya, dan tertinggal dalam persaingan pasar. Karena itu, inovasi dalam layanan distribusi menjadi suatu keharusan strategis, bukan sekadar pilihan.

Era *digital* telah membawa ekspektasi konsumen ke level yang jauh lebih tinggi: pengiriman harus cepat, dapat dilacak secara *real-time*, fleksibel, murah, dan ramah lingkungan. Konsumen tidak hanya menilai produk yang dibeli, tetapi juga pengalaman pengiriman yang menyertainya. Perusahaan seperti *Amazon*, *Alibaba*, dan *Tokopedia* telah menjadikan distribusi sebagai jantung dari model bisnis mereka, mengubahnya dari proses pendukung menjadi sumber keunggulan kompetitif.

Transformasi ini mendorong munculnya berbagai inovasi distribusi yang mengandalkan teknologi *digital*, kecerdasan buatan, sensor cerdas, dan strategi *omnichannel*. Bab ini menyajikan eksplorasi menyeluruh tentang definisi dan ruang lingkup distribusi, jenis-jenis inovasi dalam layanan distribusi, faktor-faktor pendorong dan penghambatnya, serta bagaimana arah perkembangan distribusi ke depan akan membentuk lanskap industri secara keseluruhan.

Konsep Dasar Distribusi

Distribusi dalam konteks manajemen rantai pasok mencakup semua aktivitas yang berkaitan dengan pergerakan produk dari produsen ke konsumen. Ini tidak hanya melibatkan aspek fisik seperti transportasi dan pergudangan, tetapi juga sistem informasi, manajemen pesanan, dan pengendalian arus barang.

Distribusi dapat dianggap sebagai simpul penghubung antara strategi produksi dan strategi pemasaran. Tanpa distribusi yang andal

meningkatnya komplain pelanggan, dan bahkan kerugian reputasi. Oleh karena itu, inovasi harus direncanakan dengan pendekatan bertahap, pengujian sistem menyeluruh, dan kesiapan organisasi secara keseluruhan.

Akhirnya, tantangan dalam inovasi distribusi juga datang dari ketidakpastian geopolitik dan perubahan kebijakan internasional, yang mempengaruhi logistik global. Fluktuasi harga bahan bakar, gangguan rantai pasok lintas negara, serta konflik atau pandemi dapat mempengaruhi infrastruktur dan strategi distribusi secara luas. Oleh karena itu, inovasi harus tidak hanya efisien, tetapi juga tahan terhadap gangguan (*resilient*) dan memiliki sistem cadangan yang adaptif terhadap risiko eksternal.

Masa Depan Distribusi

Distribusi di masa depan akan bersifat otomatis, terhubung, cerdas, dan berkelanjutan. Sistem prediktif berbasis AI akan secara otomatis memproyeksikan permintaan, mengelola stok, dan mengatur jadwal pengiriman bahkan sebelum pesanan terjadi. Distribusi akan beralih dari mode reaktif ke mode proaktif. Integrasi penuh antar sistem *e-commerce*, pembayaran, pergudangan, dan transportasi akan menciptakan *digital supply chain ecosystem* yang bekerja secara holistik.

Kendaraan otonom dan drone akan mengambil peran lebih besar dalam pengiriman barang, terutama untuk pengantaran *last mile*. Ini tidak hanya mempercepat pengiriman, tetapi juga mengurangi biaya operasional secara signifikan. Bahkan, konsep *hyperlocal delivery* pengiriman dari toko terdekat dalam hitungan menit akan menjadi standar. Keberlanjutan akan menjadi nilai utama dalam setiap inovasi distribusi. Perusahaan akan berlomba untuk menggunakan energi terbarukan, sistem logistik sirkular, dan proses yang lebih hemat energi. Tidak hanya karena tekanan regulasi, tetapi karena konsumen semakin menuntut tanggung jawab sosial dan lingkungan dari perusahaan.

Selain pengembangan teknologi pengiriman dan sistem prediktif, masa depan distribusi juga akan didorong oleh inteligensi kolaboratif yang memungkinkan berbagai aktor dalam rantai pasok produsen,

distributor, penyedia logistik, dan konsumen untuk berinteraksi dalam satu ekosistem *digital* yang transparan. Kolaborasi ini akan dimediasi oleh *platform* berbasis *blockchain* dan *smart contracts*, yang secara otomatis mengeksekusi kesepakatan tanpa perlu perantara manusia. Ini akan mempercepat transaksi, mengurangi birokrasi, dan meningkatkan kepercayaan dalam kemitraan distribusi.

Selanjutnya, konsep "*on-demand warehousing*" diperkirakan akan tumbuh pesat, di mana perusahaan tidak lagi harus memiliki gudang sendiri, melainkan dapat menyewa ruang secara fleksibel berdasarkan kebutuhan waktu nyata melalui *platform digital*. Model ini memberikan efisiensi biaya, skalabilitas, dan kemampuan adaptif terhadap fluktuasi pasar, terutama dalam menghadapi musim puncak penjualan atau lonjakan mendadak permintaan.

Sistem distribusi juga akan mengalami personalisasi yang sangat tinggi. Melalui analisis big data dan *customer behavior mapping*, sistem akan mampu menyesuaikan metode pengiriman, waktu, hingga paket layanan sesuai preferensi unik setiap pelanggan. Konsumen akan diberi kontrol penuh terhadap proses pengiriman, dari memilih jenis kendaraan pengantar hingga lokasi pengambilan alternatif yang lebih efisien bagi mereka. Personalisasi ini akan menjadi faktor diferensiasi utama antar penyedia logistik di masa depan.

Dalam konteks global, masa depan distribusi akan sangat dipengaruhi oleh interoperabilitas lintas negara dan integrasi platform logistik internasional. Sistem pelacakan barang secara global yang seragam akan menjadi kebutuhan dasar. Organisasi seperti WTO dan WCO kemungkinan akan mendorong standarisasi proses digital dalam lintas bea cukai, otorisasi ekspor-impor, dan dokumentasi logistik. Akibatnya, hambatan geografis dan administratif dalam distribusi global akan semakin mengecil.

Distribusi juga akan semakin terdemokratisasi dengan kemunculan model distribusi berbasis komunitas (*community-based delivery*) dan konsep ekonomi berbagi (*sharing economy*). Teknologi seperti aplikasi *peer-to-peer logistics* akan memungkinkan siapapun menjadi bagian dari sistem pengantaran, misalnya dengan menawarkan jasa pengiriman menggunakan kendaraan pribadi saat mereka bepergian. Ini akan memperluas jaringan distribusi tanpa

perlu infrastruktur besar dan membuka peluang ekonomi di tingkat lokal.

Akhirnya, distribusi masa depan akan semakin diwarnai oleh sistem adaptif berbasis krisis. Pengalaman pandemi Covid-19 telah menjadi pelajaran penting bahwa distribusi tidak hanya harus cepat, tetapi juga *resilient* dan fleksibel dalam situasi darurat. Maka dari itu, perusahaan logistik akan mengembangkan sistem *business continuity plan* yang berbasis kecerdasan buatan untuk memitigasi gangguan, merespons perubahan permintaan, dan merancang ulang rute secara otomatis bila terjadi bencana alam, konflik geopolitik, atau disrupsi pasokan.

Daftar Pustaka

- Aprilianti, I., & Andriani, S. (2021). Inovasi teknologi digital pada logistik e-commerce di Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 23(2), 155–167. <https://doi.org/10.9744/jmk.23.2.155-167>.
- Arifin, Z. (2020). *Manajemen Rantai Pasok dan Distribusi: Pendekatan Teoritis dan Praktis*. Mitra Wacana Media.
- Basri, M. C., & Fitriani, F. (2021). *Ekonomi Digital: Transformasi dan Prospek Indonesia Pasca Pandemi*. LP3ES.
- Indrawati. (2018). *Metodologi Penelitian Sosial Ekonomi dan Bisnis Digital*. Refika Aditama.
- Kurniawan, R. (2022). Optimalisasi Logistik Hijau (Green Logistics) Dalam Mendukung Distribusi Berkelanjutan Di Indonesia. *Jurnal Logistik Indonesia*, 9(1), 45–60. <https://jli.or.id>.
- Lestari, N. P. (2021). Pengaruh Digitalisasi Terhadap Distribusi Produk UMKM di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Digital Indonesia*, 2(3), 99–112.
- Rachmawati, D., & Hartono, Y. (2019). Implementasi Omnichannel Dalam Strategi Distribusi Ritel Modern. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 8(4), 325–336. <https://doi.org/10.20473/jiab.v8i4.2019.325-336>.
- Sugiharto, A. (2020). Peran Teknologi Informasi Dalam Efisiensi Distribusi Barang. *Jurnal Sistem Informasi Dan Logistik*, 4(1), 22–31.
- Yusuf, M., & Rahman, F. (2021). Analisis Kesiapan Distribusi Digital Berbasis Cloud Pada Sektor Ritel Indonesia. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 5(2), 85–97.


PROFIL PENULIS



Nulthazam Sarah, S.E., M.M.

Lahir di Bulukumba pada 3 April 1996. Ia menyelesaikan pendidikan dasar hingga kuliah di Makassar, meraih gelar S1 di bidang Manajemen dari Universitas Muslim Indonesia pada 2019 dan S2 di bidang Manajemen pada 2021 di Universitas Hasanuddin. Lahir dengan semangat wirausaha yang kuat, Sarah memulai bisnis binatu sebagai langkah awal dalam membangun kemandirian finansial. Dengan dedikasi dan kerja keras, usaha binatu yang dirintisnya berkembang, melayani pelanggan dari berbagai kalangan. Seiring berjalannya waktu, minat Sarah dalam dunia akademik semakin berkembang. Ia menyadari bahwa ilmu dan pengalaman yang diperolehnya dalam menjalankan bisnis dapat dibagikan kepada orang lain, terutama kepada generasi muda yang ingin terjun ke dunia usaha. Dengan semangat untuk terus belajar dan menginspirasi, ia memutuskan untuk melanjutkan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi dan mengejar karir sebagai dosen di Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Makassar pada April 2024. Menulis *book chapter* ini adalah salah satu caranya untuk berbagi pengetahuan dan memperluas wawasan di bidang manajemen.

Email Penulis: nulthazam.sarah@unm.ac.id.



BAB 10

MANAJEMEN

DISTRIBUSI DI SEKTOR

B2B VS B2C

Nur Fadilah Ayu Sandira, S.Pd., M.M.
Universitas Negeri Makassar



Tabel 10.1: Perbedaan B2B vs B2C

| <i>Business to Business (B2B)</i> | <i>Business to Consumer (B2C)</i> |
|--|--|
| Strategi bisnis B2B atau <i>business to business</i> lebih menarget pihak perusahaan besar untuk bisa menjalin kerja sama dengannya. | Berbeda dengan strategi bisnis B2B yang menysasar pihak-pihak perusahaan besar, <i>Business to Consumer</i> atau B2C lebih menysasar pihak perorangan untuk dijadikan sebagai target konsumennya |
| Strategi bisnis yang satu ini tidak diorientasikan untuk mendapat keuntungan yang tinggi ataupun omset yang maksimal, karena pada dasarnya dalam lingkup kerja sama ini harga dari setiap produknya sudah cukup mahal. | Sedangkan untuk <i>businesss to consumer</i> ini benar-benar berorientasi pada pendapatan yang banyak dan omset yang berlimpah. |
| Ketika menjalin kerja sama yang berkaitan dengan strategi bisnis <i>business to business</i> ini, pihak perusahaan perlu mengambil Keputusan dalam waktu yang cukup lama, hal ini tidak lain dan tidak bukan karena pertimbangan dan hal-hal yang mencakupnya lebih detail dan kompleks dibandingkan dengan strategi <i>business to consumer</i> (B2C) | Bisa dibilang jika untuk penerapan strategi bisnis, <i>Business to consumer</i> ini pihak perusahaan hanya perlu memikirkan dan mempertimbangkan hal-hal yang cakupan lingkungannya sangat sempit dan cenderung ke arah yang personal. |
| Strategi bisnis, <i>business to business</i> cenderung memiliki Tingkat persaingan yang bisa dibilang cukup rendah, karena kerja sama yang terjalin berhubungan dengan pihak perusahaan yang besar bukan ke konsumen biasa. | Sedangkan untuk strategi bisnis, <i>business to consumer</i> ini memiliki Tingkat persaingan yang cukup tinggi. Tentunya lebih dikarenakan hubungan yang terjalin lebih ke produsen dengan konsumen. |

Sumber: Erwin, 2021.

Distribusi adalah salah satu aspek penting dalam rantai pasok yang menentukan bagaimana produk bergerak dari produsen ke pengguna akhir. Dalam praktiknya, sistem distribusi dapat berbeda secara signifikan tergantung pada karakteristik pasar yang dilayani.

real-time. Dalam kasus ini, distribusi berperan penting untuk menjaga kesegaran produk dan kepuasan pelanggan. Sistem pelacakan, layanan pelanggan berbasis *chat*, dan kebijakan retur yang ramah konsumen menjadi aspek penting dalam menunjang distribusi B2C yang sukses. menggunakan sistem distribusi B2C dengan dukungan *warehouse regional* dan layanan kurir pihak ketiga.

Teknologi Dalam Distribusi B2B dan B2C

Dalam distribusi B2B, teknologi yang dominan digunakan adalah sistem perencanaan sumber daya perusahaan (ERP), *Electronic Data Interchange* (EDI), serta integrasi *Supply Chain Management* (SCM), yang dapat meningkatkan efisiensi koordinasi antar perusahaan (Esper & Esper, 2020).

Sementara dalam distribusi B2C, fokus penggunaan teknologi terletak pada sistem *front-end*, seperti aplikasi seluler, *chatbot*, AI untuk rekomendasi produk, serta sistem manajemen gudang (WMS) yang mendukung percepatan pengiriman barang. Teknologi ini memungkinkan perusahaan mengelola permintaan dalam skala besar dan memberikan layanan personalisasi (Yu *et al.*, 2020).

Pada distribusi B2B, teknologi yang dominan digunakan adalah sistem perencanaan sumber daya perusahaan (ERP), *Electronic Data Interchange* (EDI), serta integrasi *Supply Chain Management* (SCM). Teknologi ini membantu sinkronisasi jadwal produksi, manajemen stok, dan pelaporan logistik antar mitra bisnis.

Sementara dalam B2C, teknologi cenderung lebih berfokus pada *front-end*, seperti aplikasi seluler, *chatbot*, AI untuk rekomendasi produk, serta sistem manajemen gudang (WMS) untuk mempercepat proses fulfillment. Penggunaan big data juga memungkinkan personalisasi pengalaman pelanggan dan pemetaan perilaku belanja.

Tantangan Khusus Dalam Distribusi B2B dan B2C

Tantangan utama dalam sistem distribusi B2B adalah stabilitas hubungan rantai pasok dan efisiensi logistik, sedangkan pada B2C fokusnya lebih pada fleksibilitas dan kecepatan layanan (Ramanathan, 2015; Rodrigues & Potter, 2021). Tantangan B2B:

mengoptimalkan stok, serta merencanakan kapasitas logistik secara lebih akurat. Ini penting terutama dalam B2C yang memiliki pola permintaan dinamis dan musiman.

4. Berkolaborasi Dengan Mitra Logistik Lokal Untuk Fleksibilitas *Last-Mile*

Kemitraan dengan penyedia logistik lokal dapat memberikan fleksibilitas dalam pengiriman akhir (*last-mile delivery*), terutama di wilayah terpencil atau dengan hambatan geografis. Strategi ini juga membantu perusahaan untuk lebih adaptif terhadap kondisi sosial dan infrastruktur setempat.

5. Menyediakan Layanan Pelanggan Berbasis Teknologi dan Transparansi Pelacakan

Sistem layanan pelanggan yang berbasis teknologi seperti *chatbot*, *dashboard* pelacakan pesanan, dan notifikasi otomatis dapat meningkatkan pengalaman pelanggan. Transparansi dalam pelacakan pesanan juga memperkuat kepercayaan dan loyalitas konsumen terhadap perusahaan.

Kesimpulan

Distribusi di sektor B2B dan B2C memainkan peran strategis dalam rantai pasok modern, terutama di tengah disrupsi teknologi dan digitalisasi proses bisnis. Perbedaan mendasar antara keduanya tidak hanya terletak pada siapa yang dilayani, tetapi juga bagaimana struktur saluran, strategi logistik, dan sistem teknologi diterapkan untuk mencapai tujuan yang berbeda.

Distribusi B2B lebih menekankan stabilitas, presisi, efisiensi logistik, dan hubungan jangka panjang, sementara distribusi B2C menuntut kecepatan, kenyamanan, dan personalisasi yang tinggi untuk menjawab ekspektasi konsumen akhir yang semakin dinamis. Karakteristik unik dari masing-masing model memunculkan tantangan dan kebutuhan strategi optimalisasi yang spesifik.

B2B dituntut untuk menjaga akurasi stok, konsistensi pengiriman, serta integrasi antar unit operasional, sedangkan B2C harus mampu menangani skala volume transaksi tinggi, pengembalian barang, dan keterhubungan real-time antar sistem. Pemanfaatan teknologi seperti ERP, WMS, AI, dan CRM menjadi elemen penting

yang mendukung efisiensi distribusi di kedua sektor ini. Dengan pendekatan distribusi yang tepat dan adaptif terhadap perkembangan teknologi, perusahaan dapat menciptakan keunggulan kompetitif, mempertahankan loyalitas pelanggan, dan meningkatkan kinerja logistik secara keseluruhan.

Daftar Pustaka

- Chiu, H. C., Hsieh, Y. C., & Kao, C. Y. (2017). The Determinants of E-Commerce Distribution Performance: A Comparison Between B2B And B2C. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 36, 30–38.
- Chopra, S., & Meindl, P. (2013). *Supply Chain Management: Strategy, Planning, and Operation*. Pearson Education.
- Erwin, dkk. (2021). *Keputusan Pembelian Interaktif -B2C dan B2B-*.
- Esper, T. L., & Esper, R. A. (2020). Supply Chain Coordination in B2B Versus B2C Markets. *Journal of Business Logistics*, 41(1), 5–18.
- Hsiao, H. I., van der Vorst, J. G., & Kemp, R. G. (2018). Logistics Outsourcing Strategies In B2B and B2C Business Models: A Comparison. *International Journal of Production Research*, 56(19), 6387–6405.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th ed.)*. Pearson Education.
- Putro, A. E. (2022). *Manajemen Kurir Dalam Perspektif Proses Bisnis*. Penerbit NEM.
- Ramanathan, U. (2015). Performance Of Supply Chain Collaboration In B2B and B2C Relationships. *Benchmarking: An International Journal*, 22(1), 32–51.
- Rodrigues, V. S., & Potter, A. T. (2021). A Comparison of Supply Chain Agility Between B2B and B2C: Evidence from UK Logistics Firms. *Supply Chain Management: An International Journal*, 26(4), 428–442.
- Schramm-Klein, H., Morschett, D., & Swoboda, B. (2016). Distribution Systems In International Retailing: A Comparison of B2C And B2B Settings. *International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, 26(2), 133–154.
- Wang, Z., & Lim, M. K. (2019). Impact of Logistics Service Capability On Customer Satisfaction In B2C E-Commerce. *The International Journal of Logistics Management*, 30(2), 421–444.
- Yu, Y., Wang, X., & Liang, L. (2020). E-Commerce Logistics In Supply Chain Management: Practice Perspective From China. *Industrial Marketing Management*, 89, 239–251.

PROFIL PENULIS




Nur Fadilah Ayu Sandira, S.Pd., M.M.

Lahir di Makassar pada 17 Januari 2000. penulis menyelesaikan pendidikan dasar hingga kuliah di Makassar, meraih gelar S1 di bidang Pendidikan Ekonomi dari Universitas Negeri Makassar pada 2021 dan S2 di bidang Manajemen konsentrasi Pemasaran pada 2023 di Universitas Hasanuddin. Karir profesionalnya dimulai di PT Intek *Electrical* Indonesia pada 2021 hingga Maret 2024.

Pada April 2024, penulis beralih ke dunia akademik sebagai dosen di salah satu perguruan tinggi di Makassar yakni Universitas Negeri Makassar, Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Program Studi Manajemen. Menulis *book chapter* ini adalah salah satu caranya untuk berbagi pengetahuan dan memperluas wawasan di bidang manajemen.

Email Penulis: nur.fadhilah.ayu@unm.ac.id.



BAB 11

TREN MASA DEPAN

DALAM MANAJEMEN

DISTRIBUSI

Nulthazam Sarah, S.E., M.M.
Universitas Negeri Makassar



Pendahuluan

Manajemen distribusi modern menjadi arena strategis di mana efisiensi, kecepatan, dan pengalaman pelanggan berpadu dalam satu sistem. Perubahan paradigma dalam konsumsi, produksi, dan layanan memaksa perusahaan untuk memikirkan ulang bagaimana produk dikirim dari titik asal ke tangan konsumen akhir.

Tidak cukup lagi hanya menjadi 'penghubung' antara gudang dan konsumen; distribusi kini harus mampu beradaptasi terhadap geografi yang dinamis, ekspektasi pelanggan yang berubah cepat, serta kebutuhan bisnis untuk beroperasi secara berkelanjutan. Distribusi yang efektif menciptakan nilai tambah dalam rantai pasok, memperkuat daya saing, dan menjadi kunci loyalitas pelanggan.

Oleh karena itu, pemahaman mendalam terhadap tren masa depan menjadi sangat penting, bukan hanya untuk perusahaan logistik, tetapi juga bagi pelaku *e-commerce*, manufaktur, dan ritel. Buku ini bertujuan menggambarkan transformasi besar yang sedang dan akan terus terjadi dalam dunia distribusi, melalui pendekatan interdisipliner yang menggabungkan teknologi, kebijakan, perilaku konsumen, dan strategi bisnis.

Evolusi Manajemen Distribusi

Sebelum era industrialisasi, distribusi bersifat lokal dan terbatas, dilakukan oleh pedagang tradisional yang mengandalkan jalur darat, sungai, atau laut. Barang-barang didistribusikan dengan kecepatan yang lambat dan risiko tinggi, karena kurangnya sistem transportasi yang andal. Segalanya berubah saat revolusi industri memperkenalkan mesin uap dan sistem logistik terorganisir. Pada masa inilah jalur distribusi antarnegara mulai terbentuk, memungkinkan produk dari satu wilayah menjangkau pasar yang jauh.

Perubahan berikutnya datang bersama revolusi digital yang memungkinkan integrasi sistem informasi dengan aktivitas distribusi. Mulai dari pelacakan kendaraan secara *real-time* hingga integrasi inventori dengan sistem penjualan, semua memberikan visibilitas penuh terhadap pergerakan produk. Model distribusi pun semakin kompleks, dari *single channel* ke *multichannel*, hingga menjadi omnichannel seperti saat ini.

Tren Konsumen & Distribusi yang Dipersonalisasi

Konsumen masa kini tidak hanya membeli produk, tetapi juga pengalaman. Distribusi adalah bagian dari pengalaman tersebut. Mereka ingin tahu kapan barang akan datang, di mana barang tersebut sekarang, dan apakah mereka bisa menjadwalkan ulang pengiriman tanpa ribet. Sistem distribusi harus mampu menghadirkan kendali itu kepada konsumen, tanpa menciptakan hambatan operasional di belakang layar.

Dengan bantuan data analitik dan AI, perusahaan dapat mengatur preferensi pengiriman berdasarkan histori pelanggan. Sistem dapat mengenali bahwa pelanggan A lebih suka menerima paket pada malam hari, sedangkan pelanggan B ingin paket ditinggalkan di locker dekat stasiun. Fleksibilitas ini menciptakan pengalaman yang menyenangkan dan loyalitas jangka panjang. Distribusi yang personal adalah masa depan yang tidak bisa ditawarkan lagi.

Lebih lanjut, personifikasi distribusi kini tidak hanya mencakup waktu dan lokasi, tetapi juga gaya komunikasi, opsi pengembalian, dan bahkan jenis kemasan. Beberapa pelanggan menginginkan pengiriman bebas plastik atau menggunakan kendaraan ramah lingkungan. Konsumen generasi muda, khususnya Gen Z, semakin mendorong merek untuk menunjukkan transparansi dan nilai keberlanjutan hingga ke tahap pengantaran.

Oleh karena itu, sistem distribusi yang mampu menyesuaikan diri dengan preferensi ini akan memiliki nilai tambah di mata pasar. Tren distribusi yang dipersonalisasi juga berdampak pada strategi desain sistem logistik. Perusahaan harus memiliki arsitektur teknologi yang fleksibel, termasuk integrasi antara CRM, sistem pelacakan real-time, platform komunikasi *multichannel* (*email*, notifikasi, *WhatsApp*), dan mitra logistik.

Hal ini memungkinkan pelanggan tidak hanya menerima barang dengan cepat, tetapi juga berinteraksi dengan proses pengiriman seperti mereka berinteraksi dengan layanan premium. Personalisasi telah menjadi standar baru, dan perusahaan yang gagal memenuhi ekspektasi ini berisiko kehilangan pelanggan ke pesaing yang lebih adaptif secara *digital*.

Daftar Pustaka

- Aji & Kusumawati A., H. M. (2020). Tren Omnichannel Dalam Perilaku Konsumen Digital Indonesia. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 24(1), 1–15. <https://doi.org/10.22146/jsp.52414>.
- Anindita & Wahyuni S., R. (2022). Transformasi Digital Dalam Logistik Rantai Pasok Di Era Industri 4.0. *Jurnal Teknik Industri*, 23(2), 157–166.
<https://ejournal.undip.ac.id/index.php/jti/article/view/42138>.
- Cahyani & Sari D. P., R. N. (2021). Manajemen Risiko Distribusi Logistik Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 23(3), 233–244.
<https://journal.ubaya.ac.id/index.php/jim/article/view/4125>.
- Effendi & Sari Y. M., Y. A. (2023). Sistem Distribusi Berbasis Kecerdasan Buatan Untuk Efisiensi Pengiriman. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Komputer*, 11(1), 29–37.
<https://jtsiskom.undip.ac.id/article/view/4556>.
- Iskandar & Rahmawati R., D. (2022). Logistik Hijau Dan Keberlanjutan Dalam Sistem Distribusi Indonesia. *Jurnal Logistik Indonesia*, 6(2), 101–110.
<https://jurnal.polteklog.ac.id/index.php/jli/article/view/201>.
- Maharani & Wicaksono H., N. T. (2020). Peran Platform Digital Dalam Distribusi Last Mile Dan Ekonomi Gig. *Jurnal Ekonomi Dan Kebijakan*, 13(2), 145–153.
<https://ejournal.unair.ac.id/jeko/article/view/18732>.
- Ramadani & Pratama Y., A. (2023). Pemanfaatan Teknologi IoT Dalam Distribusi Logistik Makanan. *Jurnal Riset Teknologi Dan Inovasi*, 9(1), 55–64.
<https://ejournal.poltektegal.ac.id/index.php/jrti/article/view/978>.

PROFIL PENULIS



Nulthazam Sarah, S.E., M.M.

Lahir di Bulukumba pada 3 April 1996. Ia menyelesaikan pendidikan dasar hingga kuliah di Makassar, meraih gelar S1 di bidang Manajemen dari Universitas Muslim Indonesia pada 2019 dan S2 di bidang Manajemen pada 2021 di Universitas Hasanuddin. Lahir dengan semangat wirausaha yang kuat, Sarah memulai bisnis binatu sebagai langkah awal dalam membangun kemandirian finansial. Dengan dedikasi dan kerja keras, usaha binatu yang dirintisnya berkembang, melayani pelanggan dari berbagai kalangan. Seiring berjalannya waktu, minat Sarah dalam dunia akademik semakin berkembang. Ia menyadari bahwa ilmu dan pengalaman yang diperolehnya dalam menjalankan bisnis dapat dibagikan kepada orang lain, terutama kepada generasi muda yang ingin terjun ke dunia usaha. Dengan semangat untuk terus belajar dan menginspirasi, ia memutuskan untuk melanjutkan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi dan mengejar karir sebagai dosen di Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Makassar pada April 2024. Menulis *book chapter* ini adalah salah satu caranya untuk berbagi pengetahuan dan memperluas wawasan di bidang manajemen.

Email Penulis: nulthazam.sarah@unm.ac.id.

MANAJEMEN DISTRIBUSI

Strategi, Logistik, dan Inovasi

Dalam lanskap bisnis modern yang terus berkembang pesat, manajemen distribusi telah bertransformasi dari sekadar proses operasional menjadi pilar strategis yang menentukan keberhasilan dan daya saing sebuah perusahaan. Di era globalisasi dan digitalisasi, rantai pasok tidak lagi hanya tentang pergerakan fisik barang, tetapi juga tentang aliran informasi, kecepatan, dan kemampuan untuk beradaptasi dengan permintaan pasar yang dinamis. Buku "Manajemen Distribusi: Strategi, Logistik, dan Inovasi" ini hadir sebagai panduan komprehensif yang mengupas tuntas berbagai aspek krusial dalam dunia distribusi. Kami menyajikan materi yang mendalam, mulai dari:

1. Konsep Manajemen Distribusi
2. Strategi Distribusi: Pendekatan Klasik Vs Modern
3. Manajemen Gudang dan Penyimpanan
4. Manajemen Inventori dan Stok
5. Distribusi Berkelanjutan
6. Manajemen Distribusi di Era *E-Commerce*
7. Analisis Biaya Distribusi
8. Manajemen Kinerja Distribusi
9. Inovasi dalam Layanan Distribusi
10. Manajemen Distribusi di Sektor B2B Vs B2C
11. Tren Masa Depan dalam Manajemen Distribusi