

PENERAPAN MANAJEMEN OPERASI DALAM STRATEGI DAN PENINGKATAN TERHADAP EFFISIENSI KEPUASAN PELANGGAN

Salsabila Esa Utami

Universitas Pamulang, Jl. Surya Kencana No.1, Pamulang Bar.,

Kec. Pamulang, Kota Tangerang Selatan, Banten, 15417

salsabilautami456@gmail.com

Abstract

Management is the process of planning, organizing, leading and controlling existing resources to achieve certain goals. Sales is the process of selling products or services from a company or individual with the aim of earning a reward. Sales management is an important aspect of business operations that focuses on achieving sales targets and managing relationships with customers. In this research, the type of research used is qualitative research with a case study approach. The qualitative method is a method based on the philosophy of postpositivism, this method is usually used for natural research object conditions, where the researcher is the key instrument, data collection techniques at the Cokro noodle company are carried out in combination (triangulation), data analysis has a qualitative nature, and the results research emphasizes meaning rather than generalization. Operations management in sales management includes a number of activities aimed at ensuring that the products or services being sold can be accessed by customers in an efficient and timely manner. 1. Demand Planning 2. Inventory Management 3. Quality Control 4. Supply Chain Management 5. Order Processing Operations management plays a very important role in sales management by focusing on efficiency, quality control, and customer satisfaction. Strategies such as Just-in-Time, Lean Management, and Total Quality Management can be implemented to increase operational efficiency in sales management.

Keywords: Management, Operations, Sales

Article History

Received: December 2024

Reviewed: December 2024

Published: December 2024

Plagiarism Checker No 234

Prefix DOI :

10.8734/Musytari.v1i2.365

Copyright : Author

Publish by : Musytari



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

Abstrak

Pengelolaan adalah proses merencanakan, mengorganisasikan, memimpin, dan mengendalikan sumber daya yang ada untuk mencapai tujuan tertentu. Penjualan adalah proses menjual produk atau layanan dari sebuah perusahaan atau individu dengan tujuan untuk mendapatkan imbalan. Pengelolaan penjualan adalah salah satu aspek penting dalam operasi bisnis yang berfokus pada pencapaian target penjualan serta pengelolaan hubungan dengan pelanggan. Dalam penelitian ini, jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Metode kualitatif adalah metode yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, metode ini biasa digunakan untuk kondisi obyek penelitian yang alamiah, dimana peneliti yaitu sebagai instrument kunci, teknik pengumpulan data pada perusahaan mie coklat dilakukan secara gabungan (triangulasi), analisis data mempunyai sifat kualitatif, dan hasil penelitian lebih menekankan makna daripada generalisasi. Manajemen operasi dalam pengelolaan penjualan mencakup sejumlah kegiatan yang bertujuan untuk memastikan bahwa produk atau layanan yang dijual dapat diakses oleh pelanggan dengan cara yang efisien dan tepat waktu. 1. Perencanaan Permintaan (Demand Planning) 2. Pengelolaan Inventaris (Inventory Management) 3. Pengendalian Kualitas 4. Rantai Pasokan (Supply Chain Management) 5. Pengolahan Pesanan (Order Processing) Manajemen operasi memainkan peran yang sangat penting dalam pengelolaan penjualan dengan fokus pada efisiensi, pengendalian kualitas, dan kepuasan pelanggan. Strategi-strategi seperti Just-in-Time, Lean Management, dan Total Quality Management dapat diterapkan untuk meningkatkan efisiensi operasional dalam pengelolaan penjualan.

Kata kunci: Manajemen, Operasi, Penjualan

1. LATAR BELAKANG

Pengelolaan adalah proses merencanakan, mengorganisasikan, memimpin, dan mengendalikan sumber daya yang ada untuk mencapai tujuan tertentu dengan cara yang efektif dan efisien. Pengelolaan mencakup serangkaian aktivitas yang dilakukan oleh individu atau kelompok dalam suatu organisasi untuk mengelola berbagai aspek, seperti sumber daya manusia, keuangan, waktu, dan material, guna mencapai sasaran yang telah ditetapkan.

Penjualan adalah proses menjual produk atau layanan dari sebuah perusahaan atau individu kepada pelanggan atau konsumen dengan tujuan untuk mendapatkan imbalan dalam bentuk uang atau keuntungan lainnya. Proses penjualan melibatkan serangkaian aktivitas yang dilakukan oleh penjual (baik secara langsung maupun tidak langsung) untuk memasarkan, menawarkan, dan akhirnya menjual produk atau layanan kepada pembeli yang membutuhkan atau menginginkan produk tersebut.

Pengelolaan penjualan adalah salah satu aspek penting dalam operasi bisnis yang berfokus pada pencapaian target penjualan serta pengelolaan hubungan dengan pelanggan. Dalam konteks ini, manajemen operasi berperan dalam merancang, mengimplementasikan, dan mengendalikan proses yang memastikan produk atau layanan tersedia untuk pelanggan dengan cara yang efisien dan efektif.

Pentingnya manajemen operasi dalam pengelolaan penjualan semakin jelas mengingat semakin ketatnya persaingan bisnis dan tuntutan konsumen terhadap produk yang berkualitas, harga yang kompetitif, serta pengiriman yang tepat waktu. Oleh karenanya, manajer operasi perlu memahami berbagai strategi dan alat yang dapat meningkatkan efisiensi operasional dalam pengelolaan penjualan, yang meliputi perencanaan produksi, pengelolaan inventaris, pengendalian kualitas, dan koordinasi antara departemen penjualan dan produksi.

2. KAJIAN TEORITIS

Menurut (Suwandi, Xuan, dkk) Manajemen operasional adalah pendekatan yang mencakup perencanaan, pengorganisasian, pengendalian, dan pengawasan kegiatan operasional di dalam organisasi untuk mencapai efisiensi dan efektivitas dalam proses produksi barang atau pelayanan. PT Danone Indonesia, bagian dari Danone Group, menghadapi sejumlah masalah operasional sebelum, selama, dan setelah pandemi. Sebelum pandemi, fluktuasi permintaan yang tidak stabil menyulitkan perencanaan dan penjadwalan produksi, berpotensi mengganggu efisiensi. Selama pandemi, pembatasan pergerakan dan perubahan pola konsumsi juga memengaruhi perencanaan dan penjadwalan produksi, memaksa perusahaan untuk beradaptasi cepat. Setelah pandemi, penting bagi PT Danone Indonesia untuk merencanakan dan mengendalikan pemulihan dan perubahan pasca-pandemi agar produksi dioptimalkan dan perubahan permintaan dapat diatasi. Dengan menerapkan teori-teori manajemen yang relevan, perusahaan dapat mengatasi masalah operasional dalam situasi apa pun. Responsif, inovatif, dan adaptif dalam menghadapi perubahan yang tak terduga dan fluktuasi lingkungan bisnis akan membantu perusahaan

menjaga kelangsungan bisnis dan menghadapi tantangan dengan lebih efektif. Manajemen operasional yang efektif menjadi kunci dalam menghadapi masalah operasional, dan PT Danone Indonesia dapat mengambil langkah-langkah yang diperlukan untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas operasional mereka.

Menurut (Permana, Neti, dkk) Salah satu kegiatan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Universitas Simalungun adalah Pengabdian Kepada Masyarakat. Dimana, dalam hal ini disampaikan bahwa ini adalah kegiatan tugas dari mata kuliah Manajemen Operasional . Disini, dapat diketahui bahwa pengabdian masyarakat ini Pendampingan UMKM Keripik Singkong Untuk Meningkatkan Omset Penjualan di Era Digital Kota Pematangsiantar. Pendampingan ini kami lakukan agar UMKM Keripik Singkong dapat melakukan peningkatan omset penjualan dengan beberapa model hal yang kami ajarkan, seperti dari aspek pemasaran, keuangan, dan sumber daya manusia. Disini kami memperkenalkan berbagai strategi pemasaran, pengenalan dasar keuangan, dan pemilihan SDM yang dapat membantu UMKM Keripik Singkong Kota Pematangsiantar agar dapat menarik pengunjung datang ke Usaha Keripik Singkong.

Menurut (Anastasia, Rahmayanti, dkk) Penelitian ini untuk mengetahui sistem pengendalian intern pembelian dan penjualan barang dagang yang selama ini dijalankan oleh CV. Intiga Harapan Banjarbaru dan memberikan masukan penerapan sistem pengendalian intern pembelian dan penjualan barang dagang yang sebaiknya dilakukan oleh CV. Intiga Harapan Banjarbaru. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan sistem pengendalian intern pembelian dan penjualan barang dagang yang dijalankan CV. Intiga Harapan Banjarbaru selama ini belum memadai, yakni bagian administrasi merangkap serta bertanggungjawab atas bagian transportasi, gudang, pembelian dan penjualan barang dagangan serta ditemukannya beberapa dokumen pembelian dan penjualan barang dagang yang tidak mampu merekam seluruh transaksi untuk mendukung pencatatan yang benar.

3. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Metode kualitatif adalah metode yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, metode ini biasa digunakan untuk kondisi obyek penelitian yang alamiah, dimana peneliti yaitu sebagai instrument kunci, teknik pengumpulan data pada perusahaan mie coklat dilakukan secara gabungan (triangulasi), analisis data mempunyai sifat kualitatif, dan hasil penelitian lebih menekankan makna daripada generalisasi (Sugiyono, 2014:9).

Sementara Penelitian studi kasus adalah mengeksplorasi keadaan suatu masalah dengan pengambilan data secara mendalam dan mempunyai batasan yang terperinci, menyertakan berbagai sumber informasi. Batasan penelitian ini yaitu waktu dan tempat, peristiwa, individu, aktivitas, dan penelitian ini mempelajari kasus berupa program.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Manajemen operasi dalam pengelolaan penjualan mencakup sejumlah kegiatan yang bertujuan untuk memastikan bahwa produk atau layanan yang dijual dapat diakses oleh pelanggan dengan cara yang efisien dan tepat waktu. Beberapa aspek kunci dalam manajemen operasi yang terkait langsung dengan pengelolaan penjualan antara lain :

1. Perencanaan Permintaan (Demand Planning): Menyusun perkiraan jumlah permintaan yang akurat berdasarkan data historis, tren pasar, dan analisis lainnya untuk memastikan ketersediaan produk yang cukup untuk memenuhi permintaan pelanggan.
2. Pengelolaan Inventaris (Inventory Management): Pengelolaan stok barang agar tidak terjadi kelebihan atau kekurangan inventaris, yang dapat mempengaruhi kemampuan perusahaan dalam memenuhi permintaan penjualan dan meningkatkan biaya operasional.
3. Pengendalian Kualitas: Menjamin bahwa produk yang sampai ke pelanggan memenuhi standar kualitas yang telah ditentukan, untuk menghindari retur barang atau ketidakpuasan pelanggan.
4. Rantai Pasokan (Supply Chain Management): Menyusun dan mengelola jaringan pemasok dan distributor agar produk dapat tersedia di titik penjualan dengan harga yang kompetitif dan waktu pengiriman yang tepat.
5. Pengolahan Pesanan (Order Processing): Memastikan bahwa pesanan pelanggan diproses dengan cepat dan akurat, sehingga produk dapat dikirim tepat waktu sesuai dengan keinginan pelanggan.

Beberapa strategi yang dapat diterapkan oleh manajer operasi untuk meningkatkan pengelolaan penjualan dan efisiensi operasional meliputi:

1. Just-in-Time (JIT) adalah Strategi Just-in-Time berfokus pada pengadaan dan pengelolaan inventaris yang efisien. Dengan menggunakan pendekatan ini, perusahaan berusaha untuk mengurangi pemborosan dengan memproduksi atau mengirim barang hanya saat dibutuhkan. Dalam konteks pengelolaan penjualan, JIT membantu perusahaan untuk menghindari kelebihan stok yang dapat menyebabkan biaya penyimpanan yang tinggi serta pemborosan sumber daya.
2. Total Quality Management (TQM) adalah pendekatan yang berfokus pada perbaikan kualitas produk dan layanan secara terus-menerus, dengan melibatkan seluruh anggota organisasi. Dalam pengelolaan penjualan, penerapan TQM dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dengan memastikan bahwa produk yang dijual selalu memenuhi standar kualitas yang tinggi.
3. Lean Management bertujuan untuk mengurangi pemborosan dalam setiap proses operasional. Dengan mengoptimalkan setiap langkah dalam proses pengelolaan penjualan—mulai dari pengadaan bahan baku hingga pengiriman produk—perusahaan dapat mengurangi biaya, mempercepat waktu respons, dan meningkatkan layanan kepada pelanggan.

4. Perencanaan dan Pengelolaan Rantai Pasokan (Supply Chain Planning and Management) adalah Pengelolaan rantai pasokan yang efektif sangat penting dalam memastikan kelancaran pengelolaan penjualan. Dengan memastikan bahwa barang tersedia pada waktu yang tepat di tempat yang tepat, perusahaan dapat menghindari kekurangan stok atau keterlambatan pengiriman yang dapat merugikan hubungan dengan pelanggan.
5. Customer Relationship Management (CRM) membantu perusahaan untuk mengelola interaksi dengan pelanggan dengan lebih baik, mengumpulkan data pelanggan, serta memberikan layanan yang lebih personal. Dalam pengelolaan penjualan, CRM dapat membantu mempercepat proses penjualan, meningkatkan kepuasan pelanggan, dan mengidentifikasi peluang penjualan baru.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Manajemen operasi memainkan peran yang sangat penting dalam pengelolaan penjualan dengan fokus pada efisiensi, pengendalian kualitas, dan kepuasan pelanggan. Strategi-strategi seperti Just-in-Time, Lean Management, dan Total Quality Management dapat diterapkan untuk meningkatkan efisiensi operasional dalam pengelolaan penjualan. Namun, tantangan seperti fluktuasi permintaan, keterbatasan sumber daya, dan koordinasi antar departemen perlu diatasi dengan pendekatan yang tepat, seperti perencanaan permintaan yang lebih akurat dan penggunaan teknologi informasi yang lebih baik. Dengan penerapan manajemen operasi yang tepat, perusahaan dapat meningkatkan kinerja penjualan dan kepuasan pelanggan, yang pada akhirnya berkontribusi pada pertumbuhan dan daya saing perusahaan.

DAFTAR REFERENSI

- Amelia, D., Ningsih, A., Hurnis, D., Nazif, M., & Hendrayani, E. (2022). Pengelolaan Manajemen Operasional SDM Dalam Usaha Pembuatan Kerupuk Kamang HR Operational Management in the Business of Making Kerupuk Kamang. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(4), 62–69. <https://ejurnal.stpkat.ac.id/index.php/jpkm>
- Anastasia, M., Rahmayanti, N. P., Anizar, S., & Andriani, N. W. (2022). Sistem Pengendalian Intern Pembelian Dan Penjualan Barang Pada Cv. Intiga Harapan Banjarbaru. *Jurnal Riset Mahasiswa Akuntansi*, 10(2), 205–216. <https://doi.org/10.21067/jrma.v10i2.6992>
- Assauri, S. (2008). *Manajemen Produksi dan Operas*.
- Azara, R. (2020). Buku Ajar Manajemen Operasional Dan Implementasi Dalam Industri. In *Buku Ajar Manajemen Operasional Dan Implementasi Dalam Industri*. <https://doi.org/10.21070/2020/978-623-6833-48-3>
- Gea, Y. J. (2023). DI SUN CAFE ANALYSIS OF SALES FORECASTING IN RAW MATERIAL INVENTORY MANAGEMENT *Jurnal EMBA* Vol . 11 No . 4 Oktober 2023 , Hal . 483-490. *Jurnal EMBA%: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 11(4), 483–490.

- Hanif, H., Hidayat, T., & Haryadi, R. N. (2023). Pelatihan Keterampilan Manajemen Operasional bagi UMKM: Peningkatan Efisiensi dan Produktivitas. *Jabdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 34–38. <https://doi.org/10.56457/jabdimas.v1i1.52>
- Hartanto, H. Y. (2022). Analisis Pengaruh Penggunaan Media terhadap Kinerja Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM). *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi (Jmbi Unsrat)*, 9(1), 323–334. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jmbi/article/view/39254>
- Kapasitas, B. A. B. P., & Proyek, B. A. B. M. (2020). *Manajemen Operasi Lanjutan*. 1(1). http://arissusanti17blogger.blogspot.com/2017/11/makalah-manajemen-operasi-lanjutan_9.html
- Kusumawati, D. A., Arizqi, A., & Permatasari, D. (2022). Pengembangan Usaha Ekonomi Produktif dan Manajemen Usaha pada Kelompok Dasawisma Kelurahan Krobokan Semarang. *Yumary: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 23– 31. <https://doi.org/10.35912/yumary.v3i1.1384>
- Madiistriyatno, H. (2023). *Jurnal MENTARI%: Manajemen Pendidikan dan Teknologi Informasi Media Sosial dalam Manajemen Operasi dan Rantai Pasokan%:Eksplorasi Masa Depan*. 2(1), 31–42.
- Marcella, D., Novendy, L., Vincent, V., & Cuandra, F. (2022). Implementasi Manajemen Operasional Terhadap Penyelesaian Masalah di Pt. Toyota Motor Manufacturing Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini*, 13(2), 115–124. <https://doi.org/10.36982/jiegm.v13i2.2566>
- Novitasari, D. (2022). Manajemen Operasi: Konsep dan Esensi. In *Salemba Empat*.
- Pengabdian, J., Sapangambe, M., Hitei, M., Permana, A. Y., Simanjuntak, N., Hutabarat, A., Peronica, J., & Hutaeruk, F. (2024). *PENJUALAN DI ERA DIGITAL PADA UMKM KERIPIK SINGKONG*. 4, 75–79.
- Perdana, M. A. C., Sulistyowati, N. W., Ninasari, A., Jainudin, & Mokodenseho, S. (2023). Analisis Pengaruh Pembiayaan, Skala Usaha, dan Ketersediaan Sumber Daya Manusia terhadap Profitabilitas UMKM. *Sanskara Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 1(03), 135–148. <https://doi.org/10.58812/sek.v1i03.120>
- Pide, A., & Makassar, U. M. (2023). *LAYOUT*. June.
- Pramesti, A., Novitasari, C., & Oktaviani, D. (2023). Penerapan Manajemen Operasional Di Era Digital Dan Perkembangan E – Commerce. *Economics Business Finance and Entrepreneurship*, 88–97.
- Ramadhan, D. F. (2022). Manajemen Dan Peran Manajer “Pentingnya Manajemen Dan Peran Manajer Di Sekolah.” *Bahan Ajar Manajemen*, April, 2.
- Ramandini, N. (2023). Peranan Manajemen Operasional Dalam UMKM Manufaktur Konveksi Baju. *Journal of Creative Power and Ambition*, 1(1), 46–58. <https://edujavare.com/index.php/jcpaWebsite>:<https://edujavare.com/>
- Rudiawan, H., Kunci, K., & Produksi, M. (2021). Peranan Manajemen Produksi dalam Menyelaraskan Kinerja Perusahaan. *Jurnal Manajemen FE-UB*, 9(2), 66.

- Siburian, A. N., & Anggrainie, N. (2022). Pengaruh Hedonic Shopping Motivation, Brand Image, Brand Ambassador, Diskon, Harga dan Sales Promotion terhadap Pembelian Implusif Pada e-Commerce Tiktok Shop Dimasa Pandemi Covid-19. *Jurnal Mirai Management*, 7(3), 176–191. <https://doi.org/10.37531/mirai.v7i3.2492>
- Silalahi, A. P., & Simanullang, H. G. (2018). Dashboard Management Penjualan Dan Pembelian Pada Tangkahan Ikan. *METHODIKA: Jurnal Teknik Informatika Dan Sistem Informasi*, 4(2), 8–13. <https://doi.org/10.46880/mtk.v4i2.63>
- Sisi, U., & Bima, K. (2024). *Article Info Keywords: 1*(1).
- Suwandi, E., Le Xuan, T., Saputra, T. A. H., & Hendri. (2023). Analisa Penerapan Manajemen Operasional Pada Perusahaan Danone Indonesia. *Jurnal MiraiManagement*, 8(2), 188–195.