

**ANALISIS PERBANDINGAN MANAJEMEN OPERASIONAL
PT. INDOBANGKIT PERTAMA SUKSES SEBELUM, SELAMA DAN
SETELAH PANDEMI COVID-19**

Fendy Cuandra^{1*}, Shereen², Jennifer³, Rico Kartono⁴, Cindy⁵, Sun Bhuan⁶

¹⁻⁶Fakultas Bisnis dan Manajemen, Universitas Internasional Batam

E-mail: ¹⁾ fendy.cuandra@uib.ac.id, ²⁾ 2041052.shereen@uib.edu, ³⁾ 2041164.jennifer@uib.edu,
⁴⁾ 2041166.rico@uib.edu, ⁵⁾ 2041234.cindy@uib.edu, ⁶⁾ 2041341.sun@uib.edu

Abstract

PT Indobangkit Pertama Sukses is a manufacturing company that has been operating since 2016. It specializes in plastic manufacturing, producing Assoy Plastic, Meebag, Thinpack, PVC Rope, and T-bag. This research analyzes the operational management of PT Indobangkit Pertama Sukses before, during, and after the COVID-19 pandemic using qualitative data gathered through observation and interviews (conducted via Zoom Meeting) with operational managers. The research was conducted in Batam, where the company is located. The findings show that PT Indobangkit Pertama Sukses involves many parties and requires good product and information flow. The SCM concept can help the company plan production schedules and raw material supply to produce high-quality products. PT Indobangkit Pertama Sukses manages inventory and forecasting management well, achieving a large turnover. The company has carried out Planning, Scheduling, and Controlling in every activity and overcomes the obstacles of production machines that often break down.

Keywords: Operations Management; Manufacturing; Materials

Abstrak

Sebagai perusahaan manufaktur, PT Indobangkit Pertama Sukses adalah perusahaan yang didirikan pada tahun 2016 hingga saat ini. PT Indobangkit Pertama Sukses adalah usaha perusahaan yang bergerak dibidang Manufaktur plastik, yaitu menciptakan Plastik Assoy, Meebag, Thinpack, Tali PVC, dan T-bag. Penulis melakukan penelitian ini bertujuan untuk menganalisa Perbandingan Manajemen Operasional PT Indobangkit Pertama Sukses Sebelum, Selama dan Setelah Pandemi COVID-19. Penelitian ini menggunakan data kualitatif dengan metode pengumpulan data secara Observasi dan Wawancara (melalui Zoom Meeting) dengan manajer operasional di PT. Indobangkit Pertama Sukses. Penelitian dilaksanakan di kota Batam pada PT Indobangkit Pertama Sukses sebagai objek penelitian. Hasil temuan mengungkapkan bahwa PT. Indobangkit Permata Sukses adalah perusahaan manufaktur yang melibatkan banyak pihak dan membutuhkan aliran produk dan informasi yang baik. Konsep SCM dapat membantu perusahaan dalam merencanakan jadwal produksi dan pasokan bahan baku untuk menghasilkan produk dengan kualitas tinggi. PT. Indobangkit Permata Sukses mampu mengelola inventory dan forecasting management dengan baik untuk mencapai omset yang besar. Dalam Project Management, perusahaan telah menjalankan Planning, Scheduling, & Controlling dalam setiap kegiatan dan mengatasi kendala mesin produksi yang sering mengalami kerusakan.

Kata Kunci: Manajemen Operasional; Manufaktur; Material

1. PENDAHULUAN

Keberlangsungan sebuah organisasi atau perusahaan bergantung pada bagaimana mengelola operasional hingga dapat berjalan dengan baik. Kinerja dari sebuah organisasi atau perusahaan dapat dinilai berdasarkan bagaimana dari manajemen operasional perusahaan bekerja. Oleh sebab itu, eksistensi manajemen operasional berperan sangat penting bagi kemajuan sebuah organisasi ataupun perusahaan, mengingat terdapat tujuan yang harus dicapai dan tentunya perusahaan tidak akan menginginkan suatu hal yang dapat menghambat tercapainya tujuan tersebut. Sebuah organisasi atau perusahaan akan mengalami kegagalan apabila memiliki manajemen operasional yang diluar kendali (Adam, 2018).

Di tengah persaingan industri yang ketat, perusahaan harus mampu mempertahankan pposisinya agar tidak tergeserkan oleh pesaing lainnya. Untuk menangani hal tersebut maka diperlukan seseorang yang dapat mengelola operasional perusahaan dengan baik, yaitu manajer operasional yang memiliki peran sangat penting sebagai pengelola yang dapat memahami luar dalam perusahaan termasuk keseluruhan proses bagaimana perusahaan bekerja dan mengevaluasi kembali struktur dari sistem kerja perusahaan. Proses yang terjadi dalam manajemen operasional terbagi menjadi proses perencanaan, pengorganisasian, pemantauan dan pengendalian mutu, biaya dan sumber daya yang dimiliki guna mencapai tujuan organisasi secara efektif dan efisien (Faiq et al., 2021).

Dengan diketahuinya seberapa besar peran dari manajemen operasional, maka sebelum mempertimbangkan untuk meningkatkan kepuasan konsumen dan mencapai tujuan yang lebih besar, akan lebih baik jika dapat meningkatkan kualitas manajemen terlebih dahulu beriringan dengan proses lainnya, seperti berinovasi pada menciptakan sebuah proses produksi yang lebih efisien dalam hal sumber daya dan waktu serta produk yang mampu memenangkan persaingan di dunia bisnis dan meningkatkan kepuasan konsumen. Keputusan dari seorang manajer operasional dalam hal penataan dan menentukan tindakan apa yang harus diambil akan sangat berpengaruh pada pencapaian tujuan perusahaan. Namun, manajemen operasional tetap harus disesuaikan dengan situasi dan kondisi yang ada diperusahaan (Mahmudah, 2016).

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisa perbandingan manajemen operasional PT Indobangkit Pertama sukses sebelum, selama, dan setelah pandemi COVID-19. Implikasi dari penelitian ini adalah untuk memberikan informasi yang bermanfaat bagi perusahaan dalam meningkatkan manajemen operasional mereka, terutama dalam menghadapi situasi yang tidak terduga seperti pandemi. Selain itu, penelitian ini juga dapat memberikan insight yang berharga bagi para akademisi atau peneliti yang tertarik untuk mempelajari manajemen operasional di masa krisis.

2. KAJIAN PUSTAKA

2.1. Definisi Manajemen Operasional

Manajemen operasi adalah sistem yang dirancang untuk menghasilkan suatu produk atau layanan jasa. Menurut Zaini (2022) mengidentifikasikan manajemen operasi sebagai salah satu kegiatan manajemen sumber daya secara terpadu melalui perencanaan, organisasi dan regulasi yang efisien untuk produksi barang dan jasa. Menurut Marbun (2016), fungsi dari manajemen operasional dalam suatu bisnis adalah meningkatkan efektivitas dan

efisiensi operasi bisnis mereka melalui metode operasi modern seperti persediaan produksi, perbaikan dan manajemen produksi. Menurut J. dan B. R. Heizer (2011), manajemen operasional merupakan teknik membangun input sebanyak output. Menurut Assauri (2008), manajemen operasional merupakan suatu kegiatan dilakukan untuk mengontrol sumber daya dan bahan yang akan digunakan untuk memproduksi dengan tujuan mencapai hasil yang efisien. Menurut Herjanto (2008), manajemen operasi itu sendiri adalah tentang menghasilkan produk dengan menggunakan teknik produksi yang diinginkan.

Menurut Evans (2007), manajemen operasional adalah bagaimana produk dapat dilindungi, diamankan dan dapat didistribusikan kepada pemakai akhir. Menurut Daft (2021), manajemen operasional dapat diartikan sebagai bidang manajemen yang memiliki spesialisasi dalam memproduksi barang, serta penggunaan alat dan metode teknis untuk memecahkan masalah produksi. Menurut Wysocky (2001), bahwa pencapaian utama sistem operasi adalah melakukan pengembangan operasional. Menurut Idris (2000), manajemen produksi berkaitan dengan masalah yang menghasilkan suatu produk yang sebenarnya adalah definisi dari manajemen operasi, oleh karena itu manajemen operasi adalah tahapan dari membangun input hingga menghasilkan output. Menurut Chase (1998), manajemen operasi adalah peningkatan sistem produksi yang menghasilkan barang dan jasa utama dalam suatu perusahaan.

2.2. Project Management (Planning, Scheduling, & Controlling)

Manajemen proyek adalah ilmu manajemen yang digunakan untuk memberi manfaat bagi produktivitas operasional dalam meraih suatu tujuan bisnis. Kegiatan pengelolaan memiliki tahapan yang meliputi perencanaan, pengorganisasian, pengelolaan, pengendalian seluruh sumber daya yang termasuk dalam kegiatan pada periode tertentu.

Proyek adalah bagian umum dalam kehidupan sehari-hari. Di perusahaan besar, organisasi proyek merupakan salah satu hal yang sangat penting dalam memastikan sumber daya sesuai dengan keahlian yang dibutuhkan perusahaan sudah terpenuhi atau belum. Dalam melakukan proyek, penjadwalan merupakan salah satu hal yang paling rumit bagi manajer operasional. Tiga hal yang melibatkan manajemen proyek adalah sebagai berikut (J. Heizer et al., n.d.):

a. Perencanaan (*planning*)

Menyusun rencana mencakup penetapan tujuan, definisi proyek dan tim organisasi untuk memberi solusi dan mengatasi permasalahan bisnis. Tujuannya sebagai arahan agar fungsi manajemen bisnis dapat dilaksanakan lebih efisien dari segi waktu, tenaga dan biaya.

b. Penjadwalan (*scheduling*)

Pengaturan waktu dari manajer proyek untuk menghubungkan uang, mengalokasikan sumber daya atau tenaga kerja dan perlengkapan dengan aktivitas tertentu dan aktivitas satu sama lain. Tujuannya untuk meminimalisir kebutuhan perusahaan.

c. Pengendalian (*controlling*)

Perusahaan memantau sumber daya, kualitas dan anggaran untuk memenuhi tuntutan waktu dan biaya dari awal hingga akhir aktivitas usaha. Tujuannya untuk mengurangi bencana atau kerugian yang mungkin harus ditanggung oleh pihak pemangku kepentingan dalam perusahaan, misalnya seperti para investor.

2.3. *Forecasting Management (Definition & Type of Forecasting)*

Teori peramalan manajemen perusahaan adalah untuk memprediksi kejadian yang akan dialami di masa yang akan mendatang dengan menggunakan ilmu alam dan sejarah dari masa lalu. Fungsi *forecasting* adalah untuk perkiraan ekonomi, teknologi dan permintaan. Jika dilakukan untuk meramal *time series* dapat berupa tren, musim, siklus dan variasi acak lainnya. *Forecasting* memiliki tiga pembagian waktu yaitu (J. Heizer et al., n.d.).

a. *Short range*

Ramalan ini dilakukan dalam jangka waktu yang pendek, biasanya diramal kurang dari 3 bulan. Dalam perusahaan, *short range* lebih ditujukan pada peramalan untuk pembelian bahan utama produksi, perencanaan produksi dan pendistribusian produk.

b. *Medium range*

Ramalan ini dilakukan dengan jangka waktu yang sedang, biasanya diramal dalam jangka waktu antara tiga bulan hingga satu tahun. Dalam perusahaan, *medium range* lebih ditujukan pada peramalan untuk perencanaan suatu aktivitas dan perekrutan tenaga kerja.

c. *Long range*

Ramalan ini dilakukan dengan jangka waktu yang panjang, biasanya diramal dalam durasi lebih dari satu tahun. Didalam perusahaan, *long range* ini lebih ditujukan untuk perencanaan investasi seperti saham, penambahan fasilitas tenaga kerja dan produk serta pengelolaan strategi suatu bisnis untuk kedepannya.

2.4. *Design of Goods and Services (Design Structure)*

Proses menciptakan produk baru yang akan diiklankan dan dijual oleh produsen kepada konsumen dikenal sebagai desain produk. Evolusi ide adalah pengertian yang sangat luas yang mencakup konsep-konsep yang efektif dan efisien dan dibawa melalui proses ke barang yang berbeda.

Fase atau proses berbeda dari penciptaan produk, dimulai dengan proses membawanya ke pasar dan diakhiri dengan penghapusannya dari pasar, secara kolektif dikenal sebagai siklus hidup produk. Perusahaan harus bekerja keras untuk menerapkan berbagai strategi agar barang olahan tetap berada di pasar untuk jangka waktu yang lebih lama.

Siklus hidup produk terbagi menjadi beberapa fase, seperti :

- a. Fase pengenalan, dimana perubahan diperlukan untuk mengelola biaya awal dengan sebaik-baiknya untuk penelitian, pengembangan produk, modifikasi dan peningkatan proses, dan pengembangan pemasok.
- b. Fase pertumbuhan, ialah ketika desain produk sudah mulai stabil dengan ekonomi, prakiraan yang akurat juga dilakukan untuk mendukung kualitas produk dan peningkatan atau perluasan kapasitas mungkin diperlukan.
- c. Fase kematangan, di mana bisnis telah mulai mengevaluasi desain produknya dibandingkan dengan para pesaingnya, memerlukan inovasi produk dan pengendalian biaya.
- d. Fase *decline* atau *end stage*, Ketika suatu produk tidak menghasilkan keuntungan bagi perusahaan, maka perlu dibuat rencana untuk menghentikan pemasaran produk tersebut.

2.5. *Managing Quality (Definition & Standard)*

Mutu atau kualitas diartikan sebagai jumlah dari semua atribut barang atau jasa yang mempengaruhi seberapa baik akan memuaskan pelanggannya (Tenny et al., 2018). Menggunakan manajemen kualitas penting untuk mencapai kualitas yang diinginkan (*Managing Quality*). Menurut Kurniawan & Martadisastra (2022), manajemen kualitas adalah sebagai strategi untuk terus meningkatkan kinerja di semua tahapan proses sambil memanfaatkan alat manajemen kualitas dengan semua sumber daya manusia dan keuangan yang tersedia.

2.6. *Process Strategy (Design & Technology)*

Rencana organisasi untuk mengubah sumber daya menjadi produk dan layanan disebut strategi proses. Tujuannya adalah untuk mengembangkan suatu proses yang dapat menghasilkan penawaran yang memuaskan keinginan klien sambil tetap berada dalam batasan anggaran dan batasan manajerial lainnya (Cuandra et al., 2022).

2.7. *Location Strategies (Strategi & How to Manage)*

Masalah lokasi memiliki dampak yang signifikan terhadap risiko dan keuntungan perusahaan secara keseluruhan. Lokasi memiliki kekuatan untuk membuat atau menghancurkan usaha bisnis strategis karena mempengaruhi pengeluaran dan menentukan pendapatan. Keputusan lokasi berbasis strategi berbiaya rendah (*low-cost*) menuntut pemikiran penuh pertimbangan. Banyak biaya menjadi ditetapkan dan sulit untuk dipotong begitu manajemen memutuskan untuk beroperasi di lokasi tertentu.

2.8. *Layout Strategies (Functions & Models)*

Layout Strategies atau yang disebut strategi tata letak adalah salah satu putusan kunci dalam meningkatkan efisiensi operasi dari pengolahan sumber daya menjadi produk pada kegiatan operasional usaha. Alasan *layout* memiliki implikasi strategi itu karena menetapkan prioritas kompetitif organisasi dalam hal kapasitas, proses, fleksibilitas, dan biaya, serta kualitas kehidupan kerja, kontak pelanggan, dan citra (Sgt Michael Mason, 2019).

Dalam *layout strategies* mencakup penempatan mesin yang baik dalam pengaturan produksi, kantor dan meja dalam pengaturan kantor, atau pusat layanan dalam pengaturan seperti klinik atau *supermarket*. Berikut adalah jenis-jenis tata letak:

- a. *Office Layout*, tata letak yang mengelompokkan perkerja, peralatan kantor, dan ruangan untuk ningkatkan kenyamanan, efisiensi, cepatnya informasi bergerak, dan keamanan (Sgt Michael Mason, 2019).
- b. *Retail Layout*, Mengalokasikan ruang tampilan dan merespons perilaku konsumen (Sgt Michael Mason, 2019).
- c. *Warehouse Layout*, tata letak yang mendukung aktivitas pergudangan, cara penempatan barang akan meningkatkan efektivitas dan efisiensi pergudangan (MMP, 2021).
- d. *Fixed-position Layout*, strategi tata letak yang usaha pada umumnya gunakan untuk menghasilkan produk pada suatu titik tertentu dalam pabrik, dengan faktor produksi keluar dan masuk ke dalam titik tersebut untuk menghasilkan suatu produk (Arimbawa, 2020).

- e. *Process-Oriented Layout*, Tata letak yang berhubungan dengan volume rendah, produksi variasi tinggi (*make to order*) di mana mesin dan peralatan dikelompokkan bersama (Sgt Michael Mason, 2019). Strategi ini dapat digunakan dalam penghasilan produk yang banyak variasi tetapi jumlah produksi rendah. Hal ini membantu memastikan produk yang berbeda dapat dihasilkan bersama dan kualitas produk terjamin (Arimbawa, 2020).
- f. *Work-cell Layout*, Mengatur mesin/peralatan untuk tetap berfokus pada produksi sekelompok ataupun satu produk terkait (Sgt Michael Mason, 2019). tujuan dari strategi ini adalah untuk meningkatkan dan mengatur aliran proses, mengurangi biaya, memastikan efisiensi dan menghilangkan *waste* (Arimbawa, 2020).
- g. *Product-oriented Layout*, Ini merupakan layout yang digunakan oleh usaha yang berproduksi produk dengan jumlah banyak tapi variasi sedikit. Tata letak ini di ilustrasikan sebagai penataan sumber daya produksi dalam suatu aliran tertentu di dalam pabrik (Arimbawa, 2020).

2.9. Supply Chain Management (Distribution Models)

Rantai pasokan mencakup pemasok, produsen atau penyedia jasa, distributor atau pengecer yang mengirimkan produk ke pelanggan akhir. Manajemen rantai pasokan berfungsi untuk mengoordinasikan seluruh aktivitas rantai pasokan dimulai dari pemasokan bahan baku hingga tahap akhir dengan memperoleh kepuasan pelanggan (Sgt Michael Mason, 2019).

2.10. Inventory Management (System & Control)

Tujuan utama dari manajemen *inventory* adalah agar bisa mencapai sebuah keseimbangan dalam investasi *inventory* dan *customer service*. Dalam perusahaan, *inventory* dapat terbagi menjadi 4 jenis yaitu: (Wiarso, 2022)

- a. *Raw Material Inventory* ialah bahan yang sudah dibeli namun masih belum diolah. Persediaan ini bisa dipakai untuk membedakan pemasok dari proses produksi.
- b. *Work-in-Process Inventory* adalah material yang telah diolah tetapi belum menjadi hasil akhir. WIP ada karena adanya waktu yang diperlukan untuk menyelesaikan atau menghasilkan suatu produk (*called cycle time*).
- c. *Maintenance/Repair/Operating Supply (MRO) Inventory* merupakan persediaan yang ditujukan untuk perlengkapan pemeliharaan atau perbaikan atau operasional yang diperlu untuk memastikan mesin/peralatan terjaga dan tetap bisa digunakan. MRO ada karena adanya kebutuhan dan waktu dalam melakukan pemeliharaan dan perbaikan terhadap beberapa mesin yang belum di ketahui.
- d. *Finished Goods Inventory* adalah produk/hasil jadi yang sedang menunggu jadwal pengirimannya. Produk tersebut dapat diinventorikan karena permintaan dari pelanggan di masa depan masih belum di ketahui.

2.11. Material Requirement Planning & Enterprise Resource Planning

a. Material Requirement Planning

MRP adalah *bill-of-material*, persediaan, penerimaan yang menggunakan teknik permintaan dependen yang mengharapakan, dan jadwal produksi induk untuk menentukan kebutuhan material (Sgt Michael Mason, 2019). Sistem MRP memungkinkan merencanakan

dan menjadwalkan produksi secara efisien, memastikan bahan bergerak melalui perintah kerja dengan cepat dan membantu bisnis memenuhi pesanan pelanggan tepat waktu. Sistem MRP yang terintegrasi di seluruh organisasi menghilangkan proses manual, seperti menarik penjualan historis dan *inventory*. menghabiskan lebih sedikit waktu untuk membangun *Gantt chart* dan *production flow* untuk memahami kapan dan dimana membutuhkan produk tersedia, yang membebaskan waktu dan menghilangkan kerumitan (Abby Jenkins, 2022).

Keterbatasan dalam MRP adalah tidak dapat membuat jadwal yang rinci dan *detail*. MRP dapat dibidang sebagai alat yang sangat berguna untuk fasilitas yang menghasilkan ulang produk sama, tetapi MRP juga memiliki keterbatasan yaitu dalam lingkungan proses (*make-to order*). Permintaan untuk banyak layanan atau item layanan diklasifikasikan sebagai permintaan dependen ketika berhubungan langsung dengan permintaan yang berasal dari layanan lainnya. Layanan semacam itu sering membutuhkan *product-structure trees*, *bills of material and labor*, dan *scheduling* (Sgt Michael Mason, 2019).

b. Enterprise resource planning

ERP adalah suatu sistem informasi untuk mengidentifikasi dan merencanakan sumber daya perusahaan yang diperlukan untuk mengambil, membuat, mengirim, dan memperhitungkan pesanan pelanggan. Sistem ERP biasanya menyediakan informasi manajemen keuangan dan sumber daya manusia (SDM). Sistem ERP juga mencakup *Supply-chain management (SCM)*, *Customer relationship management (CRM)* dan *Sustainability software* (Sgt Michael Mason, 2019).

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Dalam rangka mencapai tujuan penelitian, pengumpulan data dilakukan dengan tujuan memperoleh informasi yang diperlukan. Metode yang digunakan untuk mendapatkan informasi tentang PT. Indobangkit Pertama Sukses adalah:

- a. Metode Observasi, merupakan metode yang memperoleh data dan informasi dengan cara mengamati kegiatan yang terjadi pada PT. Indobangkit Pertama Sukses.
- b. Metode Wawancara (*Interview*), merupakan metode penelitian dimana narasumber menjawab pertanyaan terkait dengan perusahaan dari pewawancara untuk kepentingan penelitian. Teknik wawancara dilakukan dengan menggunakan aplikasi Zoom Meeting.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian

4.1.1 Profil Perusahaan



Sumber: data diolah oleh penulis

Gambar 1. Logo PT. Indobangkit Pertama Sukses

Perusahaan Manufaktur merupakan suatu industri yang kegiatan usahanya tidak melakukan pembelian barang siap dari supplier, melainkan membeli bahan baku yang kemudian akan diproses produksi menjadi barang jadi yang siap untuk digunakan (Hartanto et al., 2023). Salah satu contoh perusahaan Manufaktur, yaitu PT. Indobangkit Pertama Sukses. PT. Indobangkit Pertama Sukses adalah perusahaan yang didirikan pada tahun 2016 hingga saat ini. Pemilik dari usaha ini adalah Bapak Kia Sai Al Willian yang biasa dipanggil pak Willian.

PT. Indobangkit Pertama Sukses adalah usaha perusahaan yang bergerak dibidang Manufaktur plastik, yaitu menciptakan Plastik Assoy, Meebag, Thinpack, Tali PVC, dan T-bag. Perusahaan PT. Indobangkit Pertama Sukses berlokasi di Jl. Majapahit No. 10 Komp. Industri Kawasan Berikat - Batu Ampar, Kota Batam. Perusahaan ini beroperasi dari hari Senin hingga hari Jumat, dengan jam operasional 08:00 – 17:00 WIB. Perusahaan PT. Indobangkit Pertama Sukses sekarang memiliki karyawan yang berjumlah 34 orang.

4.1.2. Visi dan Misi Perusahaan

Visi dan misi perusahaan merupakan tujuan serta rencana yang ingin dicapai usaha untuk memajukan serta mengembangkan usaha perorangan menjadi lebih baik. Adapun visi dan misi PT. Indobangkit Pertama Sukses adalah sebagai berikut:

a. Visi PT. Indobangkit Pertama Sukses

Menjadi perusahaan industri kantong plastik yang terpercaya dengan mengutamakan kualitas dan pelayanan kepada pelanggan.

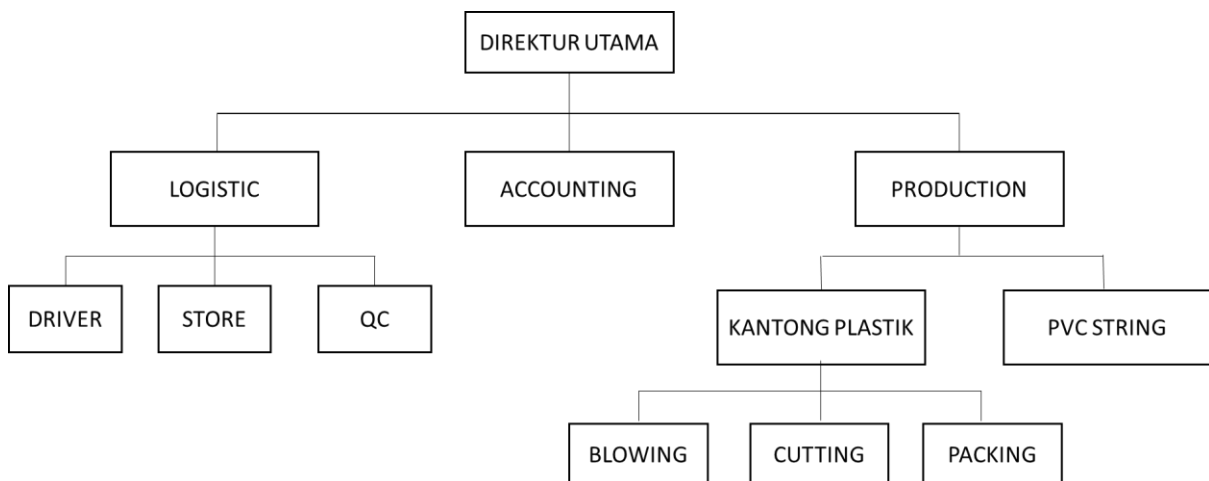
b. Misi PT. Indobangkit Pertama Sukses

1. Memberikan produk berkualitas dengan harga kompetitif demi memastikan kepuasan pelanggan.

2. Meningkatkan standar produksi dan kualitas produk.
3. Memberikan pelayanan terbaik dengan didukung tenaga kerja yang handal.

4.1.3. Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi perusahaan adalah suatu susunan ataupun tingkatan yang menjelaskan pembagian tugas dan peran seseorang berdasarkan posisinya di perusahaan (Aliefiani Mulya Putri et al., 2022). Berikut merupakan Struktur Organisasi PT. Indobangkit Pertama Sukses :



Sumber: data diolah oleh penulis

Gambar 2. Struktur Organisasi PT. Indobangkit Pertama Sukses

4.1.4. Tata Tertib Perusahaan

Setiap perusahaan akan selalu menerapkan aturan atau pun tata tertib yang sudah ditentukan untuk di taati oleh pekerja perusahaan. Tata tertib PT. Indobangkit Pertama Sukses adalah, sebagai berikut:

- 1) Setiap pekerja dilarang untuk bermain handphone disaat jam kerja.
- 2) Setiap izin atau cuti harus sepengetahuan atasan dan atas persetujuan atasan.
- 3) Setiap pekerja diharapkan untuk menggunakan pakaian yang rapi dan sopan pada saat jam kerja.
- 4) Setiap pekerja diwajibkan untuk datang tepat waktu sesuai jam kerja yang diterapkan.
- 5) Setiap pekerja wajib menjaga suasana kerja yang harmonis, tertib, rukun, gotong royong, dan disiplin pada saat bekerja.
- 6) Setiap pekerja diharapkan menaati peraturan yang telah ditetapkan dan dijalankan.

4.1.5. Aktivitas Operasional Perusahaan

Perusahaan PT. Indobangkit Pertama Sukses ialah perusahaan industri yang bergerak dibidang manufaktur, aktivitas operasional perusahaannya yaitu *blowing* bahan material jadi plastik, *cutting* plastik setengah jadi, dan *packing* plastik. Pemilik dari perusahaan PT.

Indobangkit Pertama Sukses mendirikan perusahaan sebagai penghasil dikarenakan menurut owner perusahaan, plastik banyak digunakan oleh warga masyarakat, bisa dikatakan semua orang pasti memerlukannya sehingga dengan produksi plastik dapat menghasilkan omset yang banyak.

Kegiatan utama usaha perusahaan PT. Indobangkit Pertama Sukses ini adalah selain menjual produk ciptaan perusahaan, tetapi juga untuk menyenangkan hati para pelanggan dalam membantu keseharian warga masyarakat beraktivitas. Dengan begitu, selain mendapatkan keuntungan dapat juga memberikan kebahagiaan dan perlindungan terhadap warga masyarakat. Perusahaan PT. Indobangkit Pertama Sukses memiliki berbagai jenis produk yang diciptakan dan dijual, yaitu:



Sumber: data diolah oleh penulis
Gambar 3. Produk T-Bag dan Thinpack



Sumber: data diolah oleh penulis
Gambar 4. Produk Tali PVC



Sumber: data diolah oleh penulis

Gambar 5. Produk Plastik Assoy



Sumber: data diolah oleh penulis

Gambar 6. Produk Meebag/String Bag

4.2 Pembahasan

4.2.1. Permasalahan Operasional Perusahaan Sebelum, Selama, dan Setelah Masa Pandemi COVID-19

Pandemi COVID-19 adalah penyakit yang pertama kali terdeteksi di negara China kota Wuhan pada akhir tahun 2019 dan pada bulan Juni 2021 penyakit tersebut telah tersebar ke seluruh dunia, mengakibatkan 178 juta kasus yang dikonfirmasi dan berjumlah 3,9 juta kematian (Yip & Perasso, 2021). Kasus COVID-19 juga berdampak pada Perusahaan PT. Indobangkit Pertama Sukses, perbedaan kinerja dalam perusahaan juga menjadi berubah seperti selama sebelum terjadinya pandemi COVID-19 staf yang bekerja untuk perusahaan berjumlah 29 orang, dan jam kerja mulai dari jam 08.00 WIB sampai dengan sore jam 17.00 WIB. Selama pandemi COVID-19 jumlah staf yang bekerja di perusahaan masih sama dengan sebelumnya, tetapi jam kerja yang ditetapkan diperusahaan menjadi berubah dibagi

menjadi 2 shift karena ada PPKM, 1 shift hanya bisa masuk setengah diantara jumlah staf perusahaan saja (Shift 1: pagi jam 8 sampai siang jam 12, Shift 2: siang jam 1 sampai sore jam 5).

Setelah Masa Pandemi COVID-19 mulai dilewati Perusahaan PT. Indobangkit Pertama Sukses menambah jumlah staf pekerja perusahaan mereka menjadi 34 orang, dan jam kerja perusahaan kembali seperti semula yaitu jam 08.00 WIB sampai dengan sore jam 17.00 WIB. Alasan perusahaan menambah pekerja diperusahaan yaitu dimana omset mereka selama pandemi terlalu berpengaruh banyak dikarenakan semasa pandemi malah mendorong warga masyarakat memakai kantong plastik seperti untuk *packing* makanan yang *take away* dan masih banyak lagi. Tetapi, masalah yang dihadapi perusahaan tentu ada, seperti Sebelum, masa pandemi mesin-mesin yang sudah lama maintenance mesinnya sering down atau rusak, akibatnya mengganggu proses pembuatan produk. Semasa pandemi, pihak perusahaan susah berinteraksi dengan *customer* yang ada di Singapore dikarenakan halangan dari pandemi. Dan setelah masa Pandemi COVID-19, masalah yang ada di perusahaan yaitu Kekurangan subcon dan mesin yang lama maka maintenance mesin sering *down* atau rusak sehingga mempengaruhi proses pembuatan produk untuk diperjual belikan.

4.2.2. Penerapan Sistem Kerja PT. Indobangkit Pertama Sukses

PT. Indobangkit Pertama Sukses merupakan perusahaan manufaktur yang berada di Batam Jl. Majapahit No. 10 Komp. Industri Kawasan Berikat - Batu Ampar, lokasi perusahaan berada di Batam merupakan pilihan pemilik perusahaan di sebabkan lokasinya di anggap strategis dan Batam juga merupakan pusat gerbang industri perdagangan yang berorientasi pada ekspor dan impor. PT. Indobangkit Pertama Sukses sendiri memiliki Manajemen Operasional yang baik untuk perusahaan baik dari segi proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian sumber daya yang baik. Perusahaan memiliki strategi *Planning* yang bersifat jangka panjang yaitu perencanaan yang akan merencanakan kesuksesan perusahaan dan perencanaan yang baik jika adanya penghalang yang terjadi di perusahaan, pengorganisasian perusahaan juga diterakan dengan sangat jelas seperti pembagian pekerjaan dan pengalokasian yang baik sehingga mengurangi adanya *miscommunication*, sistem pengarahan yang ada di perusahaan PT. Indobangkit Pertama Sukses berjalan dengan baik dan ditetapkan dengan orang yang berpengalaman dalam bidang tersebut sehingga akan mengurangi kegagalan yang terjadi di perusahaan, dan Pengendalian sumber daya yang ada di perusahaan juga merupakan orang yang sudah di *Training* serta dipilih oleh pemilik perusahaan dengan baik yaitu seseorang yang mampu mengendalikan sumber daya manusia ataupun mengoperasikan alat-alat yang ada di perusahaan dengan baik serta mengurangi hal-hal yang tidak di inginkan perusahaan.

PT. Indobangkit Pertama Sukses melakukan *Forecasting Management* atau Manajemen peramalan yaitu perusahaan sudah meramalkan perkiraan bagaimana cara mendapatkan omset untuk perusahaan, menurut pemilik perusahaan adalah plastik banyak digunakan masyarakat sehingga dapat dikatakan semua orang pasti memerlukannya sehingga produksi plastik dapat menghasilkan omset yang besar. PT. Indobangkit Pertama Sukses adalah perusahaan yang bergerak dibidang Manufaktur plastik yaitu menciptakan Plastik Assoy, Meebag, Thinpack, Tali PVC, dan T-bag. Produk-produk yang diciptakan perusahaan dengan *Managing Quality* serta *Design of Goods and Services* yang telah diatur perusahaan untuk memastikan kualitas produk yang diciptakan itu memiliki kualitas yang baik serta

design yang layak untuk digunakan masyarakat di dalam kehidupan sehari-hari, dari segi *design* perusahaan akan memastikan sesuai dengan selera target pasar yang sudah ditetapkan.

Dalam perusahaan PT. Indobangkit Pertama Sukses juga menerapkan *Project Management* yaitu *Planning, Scheduling, & Controlling* ke dalam setiap kegiatan yang ada di perusahaan, dimulai dari sebelum terjadinya pandemi COVID-19 perusahaan terus berjalan dengan baik tetapi kendala yang di hadapi perusahaan sebelum COVID-19 adalah mesin yang digunakan sudah lama maka mesin sering mengalami *down* atau rusak sehingga tidak dapat memproduksi plastik, selama pandemi COVID-19 perusahaan mengalami pendapatan yang bertambah lebih banyak dikarenakan masyarakat semakin banyak menggunakan plastik untuk mencegah penyebaran virus tetapi tetap adanya kendala yang dihadapi perusahaan yaitu kesulitan untuk berinteraksi dengan *customer* yang berada di negara Singapore dan sesudah pandemi COVID-19 perusahaan tetap berjalan baik dan kendala yang dihadapi perusahaan yaitu kekurangan subkontraktor (pihak yang ikut dalam pelaksanaan proyek dan bekerja di bawah kendali main kontraktor atau kontraktor utama), serta mesin yang digunakan sudah lama dan tidak dapat beroperasi dengan baik.

Dalam proses produksi, PT. Indobangkit Pertama Sukses melakukan *Inventory Management* sehingga dalam melakukan transaksi penjualan tidak terdapat kendala yang terjadi seperti kekurangan persediaan yang ada diperusahaan. PT. Indobangkit Pertama Sukses juga menggunakan sistem *Supply Chain Management* dalam mengontrol atau menghubungkan proses produksi, pengiriman, dan distribusi produk perusahaan, maka dari itu kegiatan perusahaan yang berhubungan dengan *customer* di luar negeri, perusahaan tetap dapat melakukan pengirimannya tanpa masalah, begitu juga dengan kondisi perusahaan saat adanya masa sebelum pandemi, semasa pandemi dan setelah pandemi COVID-19.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan di atas mengenai di PT. Indobangkit Permata Sukses maka dapat ditarik kesimpulan bahwa PT. Indobangkit Permata Sukses merupakan salah satu perusahaan manufaktur yang melibatkan banyak pihak dalam proses produksi dan memerlukan adanya suatu aliran produk serta informasi yang baik. Konsep *supply chain management* (SCM) akan sangat membantu perusahaan dalam proses produksi seperti merencanakan jadwal produksi maupun perencanaan pasokan bahan baku, sehingga perusahaan mampu menghasilkan produk dengan kualitas tinggi. PT. Indobangkit Permata Sukses mampu mengelola *inventory management* dengan baik sehingga dalam melakukan transaksi tidak akan terdapat kendala. PT. Indobangkit Permata Sukses juga mampu mengelola *forecasting management* dalam peramalannya yaitu mengatur strategi untuk menghasilkan omset yang besar. Dari segi *Project Management*, perusahaan telah menjalankan *Planning, Scheduling, & Controlling* ke dalam setiap kegiatan yang ada di perusahaan, dimulai dari sebelum terjadinya pandemi COVID-19 sehingga operasional perusahaan tetap dapat terus berjalan dengan baik meskipun sering terkendala pada mesin produksi yang sering mengalami kerusakan dan harus di lakukan perbaikan secara berulang.

5.2. Saran

Dengan tujuan untuk meningkatkan efisiensi perusahaan, PT. Indobangkit Pertama Sukses dapat menerapkan sistem ERP (*Enterprise resource planning*) ke dalam operasi perusahaan yang akan mempermudah perusahaan dalam proses mengirim, mengambil, membuat dan melakukan perhitungan pada biaya yang dibutuhkan untuk memenuhi pesanan yaitu dalam artinya memproduksi satu produk. Selain itu perusahaan juga dapat menerapkan *Layout Strategies* yaitu mengubah tata letak bagian produksi untuk meningkatkan efisiensi operasional dalam penghasilan produk. PT. Indobangkit Pertama Sukses juga disarankan untuk menerapkan proses strategi dalam agar perusahaan bisa menciptakan suatu proses yang bisa menghasilkan produk yang memenuhi permintaan pelanggan tanpa melewati batas biaya.

DAFTAR PUSTAKA

- Adam, B. (2018). Peranan Manajemen Strategi dan Manajemen Operasional dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan (Studi Kasus di SMPN 13 Depok, Jabar). *Jurnal Tahdzibi*, 3(2), 57–66. <https://doi.org/10.24853/tahdzibi.3.2.57-66>
- Aliefiani Mulya Putri, G., Putri Maharani, S., & Nisrina, G. (2022). Literature View Pengorganisasian: Sdm, Tujuan Organisasi Dan Struktur Organisasi. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 3(3), 286–299. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v3i3.819>
- Arimbawa, P. A. P. (2020). *Strategi Tata Letak: Meminimalisasi terjadinya Masalah Bottleneck*. BINUS : Entrepreneurship-Business Creation. <https://binus.ac.id/malang/2020/07/strategi-tata-letak-meminimalisasi-terjadinya-masalah-bottleneck/#:~:text=Strategi tata letak>
- Cuandra, F., Angeline, C., Herwanto, J. F., & Putri, S. T. (2022). Penerapan Manajemen Operasional PT Astra Honda Motor Sesuai Perspektif Teori Manajemen di Masa Pandemi. *OPTIMA*, 6(2), 1–13.
- Faiq, S. S., Rizal, M., & Tahir, R. (2021). Analisis Manajemen Operasional Perusahaan Multinasional (Studi Kasus pada PT. Unilever Indonesia Tbk.). *Jurnal Manajemen*, 11(2), 135–143. <http://jurnalfe.ustjogja.ac.id>
- Hartanto, H. C., Widagdo, S., & Haifah, H. (2023). Pengaruh Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Struktur Modal Pada Perusahaan Manufaktur Subsektor Farmasi Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2019. *Relasi : Jurnal Ekonomi*, 19(1), 158–168. <https://doi.org/10.31967/relasi.v19i1.669>
- Kurniawan, A., & Martadisastra, D. S. (2022). Pengaruh Manajemen Kualitas Total dan Manajemen Pengetahuan terhadap Kinerja Organisasi pada Perusahaan Property. *KINERJA: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 19(2), 277–285. <https://doi.org/10.30872/jkin.v19i2.10983>
- Mahmudah, H. (2016). Pengaruh Strategi Operasional Terhadap Volume Penjualan Pada CV. Akbar. *Jurnal Ekbis*, 16(2), 861–866. <https://doi.org/10.30736/ekbis.v16i2.69>
- Sgt Michael Mason, T. (2019). *P R I S M T He Jou R N a L of Com Ple X Oper At Ions*.
- Tenny, B., Tamengkel, L. F., & Mukuan, D. D. S. (2018). Analisis Pengendalian Kualitas Mutu Produk Sebelum Eksport dengan Menggunakan Metode Six Sigma pada PT. Nichindo Manado Suisan. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(4), 28–35.

Yip, B., & Perasso, V. (2021). *Asal Covid-19: Apakah kita perlu tahu dari mana asal virus corona ini?* - *BBC News Indonesia*.

Copyrights

Copyright for this article is retained by the author(s), with first publication rights granted to the journal.

This is an open-access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).