



Jurnal Terapan Manajemen dan Bisnis is licensed under
A Creative Commons Attribution-Non-Commercial 4.0 International License.

STRATEGI PENINGKATAN *SERVICE LEVEL* SUPPLIER PADA PENILAIAN KINERJA WAREHOUSE DI PT. XYZ CABANG BANDUNG 2

Saddam Alwan Muhamad Galih¹⁾, Nurillah Jamil Achmawati Novel²⁾

1) Universitas Padjadjaran, Jawa Barat, Indonesia
E-mail: saddam21002@mail.unpad.ac.id

2) Universitas Padjadjaran, Jawa Barat, Indonesia
E-mail: nurillah@unpad.ac.id

Abstrak

PT. XYZ Cabang Bandung 2 merupakan salah satu perusahaan retail dengan sistem manajemen *warehouse* yang mendukung distribusi barang ke gerai-gerai wilayah Bandung dan sekitarnya. Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi optimal untuk meningkatkan *service level* supplier yang sesuai dengan target pada penilaian kinerja *warehouse*. Analisis SWOT menunjukkan kekuatan utama seperti sistem B2B terintegrasi dan reputasi pasar yang kuat, sedangkan kelemahan meliputi komunikasi yang kurang optimal dan keterbatasan infrastruktur gudang. Peluang seperti kolaborasi dalam perencanaan produksi dan pengembangan sistem informasi terintegrasi dapat dimanfaatkan untuk menghadapi ancaman seperti ketidakstabilan rantai pasok global dan fluktuasi permintaan. Strategi yang dihasilkan mengarahkan PT. XYZ pada kebijakan pertumbuhan agresif dengan fokus pada penguatan internal dan pemanfaatan peluang eksternal. Implementasi strategi ini diharapkan dapat meningkatkan efisiensi operasional dan daya saing perusahaan.

Keywords: *Service level, warehouse, analysis swot, manajemen inventory*

Introduction

A. PENDAHULUAN

Dalam rantai pasok perusahaan retail, keterkaitan antara supplier dan *warehouse* menjadi komponen kunci dalam menjaga efisiensi operasional dan kepuasan pelanggan. Supplier bertanggung jawab memastikan pengadaan barang secara tepat waktu dan dalam jumlah yang sesuai, sementara *warehouse* berperan mengelola penyimpanan serta distribusi barang ke pelanggan akhir. Hubungan ini mencerminkan siklus yang saling bergantung, di mana kinerja satu pihak sangat memengaruhi efektivitas pihak lainnya.

Tingkat layanan (*service level*) supplier mencakup kemampuan untuk memenuhi permintaan dengan pengiriman yang tepat waktu, akurat, dan berkualitas. Ketidakmampuan supplier untuk memenuhi target ini dapat menyebabkan kekurangan stok (*stockout*), kelebihan stok (*overstock*), serta gangguan pada proses distribusi barang di *warehouse*. Dampaknya adalah menurunnya efisiensi operasional serta tingkat layanan yang diberikan kepada pelanggan akhir. Penelitian menunjukkan bahwa ketidaksesuaian pada suplai barang sering kali menjadi penyebab utama kegagalan dalam memenuhi permintaan pelanggan di sektor retail (Grant, 2024).

Sebaliknya, tingkat layanan *warehouse* mencerminkan kemampuan untuk memenuhi permintaan dengan respons yang cepat, akurat, dan tanpa gangguan. *Warehouse* yang bergantung pada supplier dengan tingkat layanan rendah harus menghadapi berbagai tantangan, seperti kebutuhan untuk mempertahankan *safety stock* yang tinggi, yang pada akhirnya meningkatkan biaya operasional. Hal ini juga mengurangi fleksibilitas *warehouse* dalam merespons perubahan permintaan pelanggan (Radhakrishnan, 2021).

Efektivitas hubungan antara supplier dan *warehouse* tidak hanya berpengaruh pada stabilitas operasional tetapi juga pada pencapaian tujuan strategis perusahaan retail. Ketergantungan ini menuntut perusahaan untuk meningkatkan kolaborasi dan komunikasi antara kedua pihak. Dalam kondisi yang optimal, hubungan yang kuat antara supplier dan *warehouse* akan membantu perusahaan retail mempertahankan tingkat layanan tinggi, mengurangi biaya penyimpanan, dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Dalam konteks ini, analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) menjadi pendekatan yang relevan untuk mengevaluasi faktor-faktor internal dan eksternal yang memengaruhi hubungan antara supplier dan *warehouse*. Pendekatan ini dapat membantu mengidentifikasi kekuatan, seperti stabilitas hubungan jangka panjang dengan supplier, serta kelemahan, seperti kurangnya fleksibilitas dalam menghadapi perubahan permintaan pasar. Selain itu, analisis ini memungkinkan pengenalan peluang untuk memperkuat hubungan kolaboratif dan mitigasi ancaman dari faktor eksternal seperti gangguan pada rantai pasok global.

PT XYZ merupakan salah satu perusahaan retail terbesar di Indonesia yang bergerak di bidang pengelolaan jaringan minimarket. Perusahaan ini fokus menyediakan berbagai kebutuhan sehari-hari masyarakat dengan layanan yang mudah diakses, nyaman, serta harga yang bersaing. Salah satu cabang operasionalnya, yaitu Cabang Bandung 2, memiliki peran strategis dalam mendukung distribusi barang ke gerai-gerai yang tersebar di wilayah Bandung dan sekitarnya. Cabang ini bertanggung jawab atas pengelolaan *warehouse*, termasuk pengaturan *inventory*, pengendalian stok, hingga pengelolaan *bad stock* untuk memastikan operasional yang optimal. Dalam operasionalnya, Cabang Bandung 2 juga berkomitmen untuk menjaga tingkat *service level* yang tinggi, yaitu kemampuan perusahaan dalam memenuhi permintaan barang dari toko secara tepat waktu dan sesuai jumlah yang dibutuhkan. Dengan menjaga *service level* yang optimal, perusahaan dapat memastikan kepuasan pelanggan akhir sekaligus meminimalkan risiko kekosongan stok di gerai.

Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi optimal untuk meningkatkan *service level* supplier yang sesuai dengan target pada penilaian kinerja *warehouse*. Melalui pendekatan ini, perusahaan retail diharapkan dapat mengidentifikasi langkah-langkah strategis untuk meningkatkan efisiensi operasional dan daya saing dalam pasar yang semakin kompetitif.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, di mana peneliti berperan aktif dalam melakukan pengamatan langsung di lapangan. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi partisipatif, dokumentasi, dan wawancara. Observasi dilakukan dengan cara terlibat langsung dalam kegiatan operasional *warehouse* untuk memahami hubungan antara *service level* supplier dan *warehouse*. Dokumentasi mencakup pengumpulan data berupa laporan kinerja supplier, catatan pengiriman barang, laporan operasional *warehouse*, dan dokumen pendukung lainnya yang relevan dengan penelitian ini.

Untuk memastikan kredibilitas data, berbagai dokumen terkait diperiksa secara rinci, seperti laporan KPI (*Key Performance Indicators*) *service level* supplier dan *warehouse*, serta laporan terkait distribusi barang dan tingkat ketersediaan stok. Data yang dikumpulkan

kemudian dianalisis secara kualitatif dan disajikan dalam bentuk deskriptif guna memberikan gambaran yang menyeluruh tentang permasalahan yang dihadapi. Analisis data dilakukan selama proses pengumpulan di lapangan dan setelah seluruh data terkumpul.

Metode analisis data yang digunakan adalah analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*). Metode ini dipilih untuk mengevaluasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi tingkat layanan supplier dan *warehouse* dalam rantai pasok perusahaan retail. Analisis SWOT dilakukan melalui tahapan perhitungan IFAS (*Internal Factor Analysis Strategy*) dan EFAS (*External Factor Analysis Strategy*), yang melibatkan penentuan bobot dan rating untuk setiap faktor.

1. IFAS digunakan untuk mengidentifikasi faktor internal, seperti kekuatan dan kelemahan dalam hubungan antara supplier dan *warehouse*, misalnya kecepatan pengiriman barang atau kapasitas penyimpanan di *warehouse*.
2. EFAS digunakan untuk mengevaluasi faktor eksternal, seperti peluang untuk memperbaiki hubungan supplier melalui perjanjian SLA yang lebih baik, atau ancaman dari gangguan rantai pasok eksternal yang berdampak pada distribusi barang.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

ANALISIS SWOT

Berikut merupakan analisis swot dari hasil observasi dan wawancara dengan coordinator *warehouse* :

1. Kekuatan (Strengths)

Strengths adalah situasi atau kondisi yang merupakan kekuatan yang dimiliki oleh perusahaan.

1.1 Sistem B2B terintegrasi

Sistem B2B yang terintegrasi menjadi salah satu kekuatan utama perusahaan retail dalam mengelola hubungan dengan supplier. Sistem ini memungkinkan proses pemesanan dan pemantauan barang dilakukan secara otomatis dan real-time, sehingga mengurangi kesalahan manual. Selain itu, sinkronisasi dengan *Warehouse Management System* (WMS) memastikan keseimbangan antara suplai dan kebutuhan *warehouse*, mengurangi risiko *overstock* atau *stockout*. Sistem ini juga meningkatkan efisiensi operasional, memperkuat komunikasi dengan supplier, dan memungkinkan evaluasi kinerja supplier secara transparan, yang pada akhirnya mendukung tercapainya tingkat layanan *warehouse* yang optimal.

1.2 Reputasi yang kuat di pasar

Reputasi yang kuat di pasar menjadi keunggulan strategis bagi perusahaan retail dalam membangun kepercayaan supplier. Supplier lebih cenderung memprioritaskan mitra bisnis yang memiliki kredibilitas tinggi, sehingga perusahaan dapat memperoleh akses ke produk berkualitas, fleksibilitas pengiriman, dan harga kompetitif. Selain itu, reputasi ini juga mendukung kelancaran suplai barang ke *warehouse*,

memungkinkan tingkat layanan yang optimal dan menjaga kepuasan pelanggan

1.3 Kapabilitas manajemen *inventory* yang baik

Manajemen inventori yang baik memungkinkan perusahaan retail menjaga keseimbangan stok secara optimal, menghindari *overstock* atau *stockout*. Dengan pengelolaan yang terstruktur, perusahaan dapat memantau stok secara *real-time*, merespons fluktuasi permintaan, dan mendukung efisiensi operasional *warehouse*. Hal ini memastikan ketersediaan barang yang konsisten untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dan menjaga tingkat layanan yang tinggi.

2. Kelemahan (Weakness)

2.1 Komunikasi antara supplier dan *warehouse* kurang optimal

Komunikasi antara supplier dan *warehouse* yang kurang optimal, terutama dalam menyesuaikan perubahan permintaan mendadak, menjadi salah satu kelemahan yang memengaruhi kelancaran operasional. Ketidakefisienan ini dapat mengakibatkan keterlambatan dalam pengiriman barang atau ketidakcocokan stok dengan kebutuhan aktual, sehingga menurunkan tingkat layanan *warehouse*.

2.2 Ketergantungan pada beberapa supplier utama meningkatkan risiko ketidakseimbangan stok.

Ketergantungan pada beberapa supplier utama meningkatkan risiko ketidakseimbangan stok di *warehouse*. Jika salah satu supplier menghadapi kendala seperti keterlambatan pengiriman atau gangguan produksi, perusahaan sulit memenuhi kebutuhan stok secara tepat waktu. Hal ini memperbesar peluang terjadinya *stockout* atau *overstock*, yang berdampak negatif pada efisiensi operasional dan tingkat layanan.

2.3 Keterbatasan infrastruktur Gudang

Keterbatasan infrastruktur gudang, seperti ruang penyimpanan yang kurang memadai atau peralatan operasional yang tidak optimal, dapat menghambat pengelolaan stok yang efisien. Hal ini berisiko menyebabkan penumpukan barang, kerusakan produk, atau kesulitan dalam penanganan barang tertentu. Kondisi ini pada akhirnya berdampak pada penurunan efisiensi operasional dan gangguan terhadap tingkat layanan *warehouse*.

3. Peluang (Opportunities)

3.1 Kolaborasi dalam perencanaan produksi dan distribusi supplier

Kolaborasi dalam perencanaan produksi supplier melibatkan kerja sama erat antara PT. XYZ dan supplier untuk meningkatkan keandalan pasokan. PT. XYZ dapat berbagi data permintaan dan proyeksi kebutuhan guna membantu supplier merencanakan produksi secara lebih efektif. Selain itu, penerapan sistem informasi terintegrasi, seperti *Vendor-Managed Inventory (VMI)*, memungkinkan supplier mengelola stok berdasarkan data *real-time*. Melalui

perencanaan bersama dan komitmen kapasitas produksi, kendala alokasi dapat diminimalkan, menciptakan hubungan strategis yang saling menguntungkan dan menjaga ketersediaan barang secara konsisten.

3.2 Implementasi sistem informasi terintegrasi

Implementasi sistem informasi terintegrasi, seperti ERP atau WMS, memungkinkan PT. XYZ dan supplier untuk berbagi data secara *real-time*, termasuk permintaan barang, stok yang tersedia, dan jadwal pengiriman. Sistem ini membantu meningkatkan transparansi dan efisiensi dalam perencanaan, sehingga supplier dapat merespons kebutuhan lebih cepat dan mengurangi risiko kekurangan barang. Selain itu, integrasi data mempermudah pemantauan kinerja supplier, mengurangi kesalahan manual, dan mempercepat pengambilan keputusan, yang secara keseluruhan meningkatkan *service level* dan kelancaran operasional *warehouse*.

3.3 Pengembangan sistem evaluasi kinerja supplier

Pengembangan sistem evaluasi kinerja supplier memungkinkan PT. XYZ untuk menilai keandalan dan kualitas layanan supplier secara objektif berdasarkan indikator seperti ketepatan waktu pengiriman, konsistensi alokasi, dan tingkat pemenuhan permintaan. Sistem ini dapat berbasis digital untuk mempermudah pengumpulan dan analisis data secara *real-time*. Dengan evaluasi yang terukur, perusahaan dapat mengidentifikasi kelemahan dalam kinerja supplier dan memberikan umpan balik yang konstruktif. Selain itu, hasil evaluasi dapat digunakan sebagai dasar untuk memberikan insentif bagi supplier berkinerja baik atau menetapkan langkah perbaikan untuk yang kurang optimal, sehingga mendukung peningkatan *service level* secara berkelanjutan.

4. Ancaman (Threats)

4.1 Ketidakstabilan rantai pasok global

Ketidakstabilan rantai pasok global, seperti yang disebabkan oleh fluktuasi harga bahan baku, gangguan logistik, atau peristiwa geopolitik, dapat mengganggu jadwal pengiriman barang dari supplier. Hal ini memengaruhi kelancaran pengadaan barang di *warehouse*, meningkatkan risiko keterlambatan stok, dan menurunkan tingkat layanan.

4.2 Fluktuasi permintaan pasar

Perubahan mendadak dalam permintaan pasar dapat menjadi ancaman serius bagi perusahaan retail. Misalnya, selama musim puncak belanja atau di tengah krisis ekonomi, permintaan barang dapat meningkat atau menurun secara drastis. Ketidakmampuan untuk memprediksi fluktuasi ini dapat menyebabkan ketidakseimbangan stok di *warehouse*, baik dalam bentuk *overstock* atau *stockout*, yang berdampak pada tingkat layanan dan kepuasan pelanggan.

4.3 Gangguan pada sistem teknologi

Kerusakan atau serangan siber terhadap sistem manajemen gudang atau sistem B2B dapat mengganggu komunikasi dan proses pengadaan barang dari supplier. Hal ini berisiko menyebabkan keterlambatan dalam pengelolaan stok dan pengiriman barang, yang mempengaruhi kelancaran operasional *warehouse* dan kualitas layanan pelanggan.

Dari hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa PT. XYZ Bandung 2 memiliki potensi besar untuk meningkatkan *service level* dalam pengelolaan *warehouse*. Kekuatan utama seperti sistem manajemen gudang yang sudah terstruktur, tenaga kerja berpengalaman, dan hubungan baik dengan sebagian besar supplier memberikan landasan kuat untuk mendukung operasional yang efisien dan memenuhi kebutuhan gerai. Namun, kelemahan seperti keterbatasan alokasi barang dari supplier tertentu dan sistem informasi yang belum sepenuhnya terintegrasi masih menjadi hambatan yang perlu segera ditangani untuk mencapai efisiensi yang optimal.

Di sisi lain, peluang besar terlihat dari potensi implementasi teknologi modern seperti ERP dan *Vendor-Managed Inventory* (VMI), serta peningkatan kemitraan strategis dengan supplier baru atau lokal untuk mengatasi kendala alokasi. Pertumbuhan industri retail yang pesat juga memberikan peluang untuk memperluas jaringan distribusi dan meningkatkan volume penjualan. Namun, ancaman seperti ketidakpastian pasokan dari supplier utama, gangguan rantai pasok global, dan fluktuasi harga barang dapat menjadi tantangan serius yang perlu diantisipasi.

Dampak dari hasil analisis ini adalah pentingnya strategi yang terarah untuk memaksimalkan kekuatan dan peluang, sambil meminimalkan kelemahan serta menghadapi ancaman. Pendekatan berbasis kolaborasi dengan supplier, adopsi teknologi modern, serta evaluasi dan pengawasan yang ketat diperlukan untuk meningkatkan *service level*. Dengan langkah ini, PT. XYZ Cabang Bandung 2 dapat memperkuat posisinya sebagai cabang operasional yang andal dan mampu menghadapi tantangan di industri retail.

STRATEGI IFAS DAN EFAS

Setelah mengelompokkan kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) dalam pengelolaan *warehouse* di PT. XYZ Cabang Bandung 2, analisis SWOT dilakukan untuk menghasilkan strategi peningkatan *service level*. Faktor internal (kekuatan dan kelemahan) serta faktor eksternal (peluang dan ancaman) dianalisis menggunakan *Internal Factor Analysis Summary* (IFAS) dan *External Factor Analysis Summary* (EFAS). Proses ini melibatkan penentuan faktor strategis seperti kapabilitas manajemen *inventory*, kolaborasi dengan supplier, penerapan teknologi, dan risiko rantai pasok global, yang kemudian diberi bobot sesuai tingkat kepentingannya dalam skala 0,0 hingga 1,0. Setiap faktor juga diberikan rating dalam skala 1 hingga 4 berdasarkan dampaknya, di mana kekuatan dan peluang bernilai positif, sedangkan kelemahan dan ancaman bernilai terbalik. Nilai skor dihitung dengan mengalikan bobot dan rating, lalu dijumlahkan untuk mendapatkan total skor IFAS dan EFAS. Hasil analisis ini memberikan gambaran yang jelas mengenai posisi strategis PT. XYZ, sehingga dapat digunakan untuk menyusun langkah

konkret dalam memaksimalkan kekuatan dan peluang, serta meminimalkan kelemahan dan ancaman, seperti melalui kolaborasi lebih erat dengan supplier atau pengembangan sistem informasi terintegrasi.

FAKTOR INTERNAL		BOBOT	RATING	SKOR
STRENGTH (KEKUATAN)				
1	Sistem B2B terintegrasi	0.2	4	0.8
2	Reputasi yang kuat di pasar	0.25	4	1
3	Kapabilitas manajemen inventory yang baik	0.15	3	0.45
SUB TOTAL STRENGTH (KEKUATAN)		0.6		2.25
WEAKNESS (KELEMAHAN)				
1	Komunikasi antara supplier dan <i>warehouse</i> kurang optimal	0.15	2	0.3
2	Ketergantungan pada beberapa supplier utama meningkatkan risiko ketidakseimbangan stok	0.15	2	0.3
3	Keterbatasan infrastruktur Gudang	0.1	1	0.1
SUB TOTAL WEAKNESS (KELEMAHAN)		0.4		0.7
TOTAL		1	16	2.95

Tabel 1. Internal Factor Analysis Summary (IFAS)

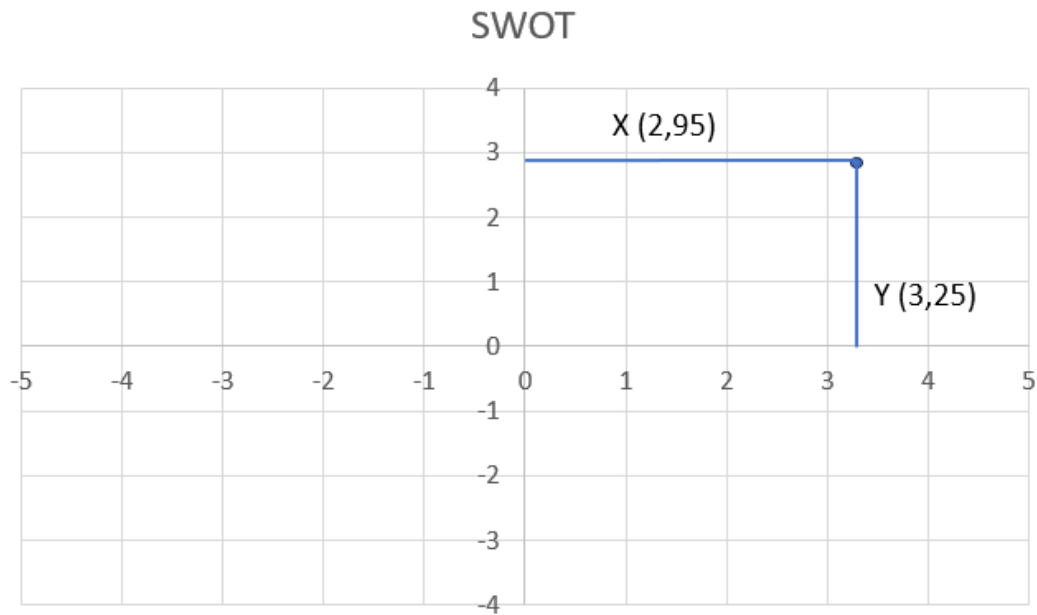
Sedangkan EFAS tersebut disusun dengan cara yang sama seperti dengan cara menyusun IFAS akan tetapi kekuatan diganti dengan peluang, sedangkan kelemahan diganti dengan ancaman.

FAKTOR EXTERNAL		BOBOT	RATING	SKOR
OPPORTUNITIES (PELUANG)				
1	Kolaborasi dalam perencanaan produksi dan distribusi supplier	0.25	4	1
2	Implementasi sistem informasi terintegrasi	0.15	4	0.6
3	Pengembangan sistem evaluasi kinerja supplier	0.1	3	0.3
SUB TOTAL OPPORTUNITIES (PELUANG)		0.5		1.9
THREATS (ANCAMAN)				
1	Ketidakstabilan rantai pasok global	0.15	3	0.45
2	Fluktuasi permintaan pasar	0.2	3	0.6
3	Gangguan pada sistem teknologi	0.15	2	0.3
SUB TOTAL THREATS (ANCAMAN)		0.5		1.35
TOTAL		1	19	3.25

Tabel 2. External Factor Analysis Summary (EFAS)

Pada tabel 1 di atas, faktor-faktor kekuatan (*strengths*) memiliki nilai skor sebesar 2,25, sedangkan faktor-faktor kelemahan (*weaknesses*) memiliki nilai skor sebesar 0,7. Hal ini menunjukkan bahwa PT. XYZ Cabang Bandung 2 memiliki kekuatan yang lebih tinggi dibandingkan kelemahan dalam menentukan strategi peningkatan *service level* di *warehouse*. Selanjutnya, pada tabel 2 di atas, faktor-faktor peluang (*opportunities*) memiliki nilai skor

sebesar 1,9, sementara faktor-faktor ancaman (*threats*) memiliki nilai skor sebesar 1,35. Dengan demikian, PT. XYZ memiliki peluang yang cukup besar untuk dimanfaatkan dibandingkan dengan ancaman yang dihadapi dalam upaya menentukan strategi bersaingnya. Analisis ini menunjukkan bahwa PT. XYZ memiliki posisi yang strategis untuk mengembangkan inovasi,



Gambar 1. Diagram Analysis Swot IFAS dan EFAS

terutama melalui implementasi sistem informasi terintegrasi dan penguatan kolaborasi dengan supplier guna mengoptimalkan operasional *warehouse*.

Kuadran I: Merupakan situasi yang sangat menguntungkan, karena perusahaan memiliki kekuatan internal yang tinggi serta peluang eksternal yang besar. Dalam kondisi ini, strategi yang paling tepat adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth strategy*), seperti ekspansi pasar, pengembangan produk, atau peningkatan investasi untuk memanfaatkan peluang yang ada secara maksimal.

Kuadran II: Meskipun perusahaan menghadapi berbagai ancaman eksternal, kekuatan internal yang dimiliki masih cukup besar untuk bertahan dan bersaing. Strategi yang dapat diterapkan adalah menggunakan kekuatan internal untuk mengatasi atau meminimalkan dampak ancaman, misalnya dengan melakukan diversifikasi produk atau memperkuat hubungan dengan mitra strategis.

Kuadran III: Dalam situasi ini, perusahaan menghadapi peluang pasar yang besar, namun masih memiliki kelemahan internal yang menjadi kendala utama. Strategi yang disarankan adalah fokus pada perbaikan kelemahan internal, seperti peningkatan efisiensi operasional, pengembangan sumber daya manusia, atau investasi pada teknologi untuk memanfaatkan peluang secara optimal.

Kuadran IV: Merupakan situasi yang paling tidak menguntungkan, di mana perusahaan menghadapi ancaman eksternal yang besar sekaligus memiliki kelemahan internal. Strategi yang perlu diterapkan adalah strategi bertahan (*defensive strategy*), seperti mengurangi biaya operasional, memperbaiki efisiensi internal, atau mencari mitra strategis untuk mengurangi tekanan yang dihadapi.

Berdasarkan hasil perhitungan SWOT pada Gambar 1, PT. XYZ Bandung 2 menunjukkan bahwa nilai kekuatan (S) lebih besar dibandingkan peluang (O). Hal ini menempatkan PT. XYZ dalam kondisi *growth strategy*, di mana arah kebijakan yang diambil adalah mendukung pertumbuhan secara agresif dengan memanfaatkan kekuatan internal untuk mengoptimalkan peluang eksternal yang ada.

MATRIKS SWOT

	<p><i>Strength (S)</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Sistem B2B terintegrasi 2. Reputasi yang kuat di pasar 3. Kapabilitas manajemen inventory yang baik 	<p><i>Weakness (W)</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Komunikasi antara supplier dan <i>warehouse</i> kurang optimal 2. Ketergantungan pada beberapa supplier utama 3. Keterbatasan infrastruktur gudang
<p><i>Opportunities (O)</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kolaborasi dalam perencanaan produksi dan distribusi supplier 2. Implementasi sistem informasi terintegrasi 3. Pengembangan sistem evaluasi kinerja supplier 	<p><i>Strategy SO</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memanfaatkan sistem B2B terintegrasi untuk mendukung kolaborasi produksi dengann supplier 2. Menggunakan reputasi yang kuat untuk memperluas jaringan supplier strategis 3. Mengoptimalkan manajemen inventory dalam implementasi sistem informasi terintegrasi 	<p><i>Strategy WO</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mengatasi komunikasi yang kurang optimal dengan meningkatkan platform digital 2. Mengurangi ketergantungan pada supplier utama dengan diversifikasi pemasok 3. Mengatasi keterbatasan infrastruktur Gudang melalui modernisasi dan investasi

<i>Threats (T)</i>	<i>Strategy ST</i>	<i>Strategy WT</i>
1. Ketidakstabilan rantai pasok global	1. Menggunakan kapabilitas manajemen <i>inventory</i> untuk merespons fluktuasi permintaan pasar	1. Memperbaiki kelemahan infrastruktur Gudang untuk menghaapi ketidakstabilan rantai pasok
2. Fluktuasi permintaan pasar	2. Meningkatkan keandalan sistem B2B untuk menghadapi gangguan teknologi	2. Mengatasi kelemahan komunikasi dengan supplier untuk meminimalkan dampak ancaman pasar
3. Gangguan pada sistem teknologi	3. Memanfaatkan reputasi untuk membangun hubungan dengan pemasok global yang stabil	3. Meningkatkan pelatihan dan sumber daya manusia guna mengurangi ketergantungan pada sistem manual

D. KESIMPULAN DAN SARAN

1. KESIMPULAN

PT. XYZ Cabang Bandung 2 memiliki kekuatan seperti sistem B2B terintegrasi dan reputasi pasar yang kuat, serta peluang dalam kolaborasi dengan supplier dan pengembangan sistem informasi. Namun, kelemahan seperti komunikasi yang kurang optimal dan keterbatasan infrastruktur gudang, serta ancaman dari ketidakstabilan rantai pasok global, perlu diatasi. Strategi pertumbuhan agresif menjadi arah kebijakan utama dengan fokus pada penguatan internal dan pemanfaatan peluang eksternal. Implementasi strategi ini diharapkan dapat meningkatkan efisiensi operasional dan daya saing perusahaan.

2. SARAN

1. Tingkatkan komunikasi digital antara supplier dan *warehouse*.
2. Diversifikasi supplier untuk mengurangi ketergantungan.
3. Modernisasi infrastruktur gudang untuk efisiensi.
4. Implementasikan sistem informasi terintegrasi.
5. Lakukan evaluasi kinerja supplier secara berkala

DAFTAR PUSTAKA

- Adityaji, R. (2018). Formulasi strategi pengembangan destinasi pariwisata dengan menggunakan metode analisis swot: studi kasus kawasan pecinan kapasan surabaya. *Jurnal Pariwisata Pesona*, 3(1), 19-32.
- Grant, O. (2024). The Role of Supplier Relationship Management in Enhancing E-Commerce User Experience.
- Laosirihongthong, T., Adebajo, D., Samaranayake, P., Subramanian, N., & Boon-itt, S. (2018). Prioritizing *warehouse* performance measures in contemporary supply chains. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 67(9), 1703-1726.
- Radhakrishnan, L. C., Goyal, S. B., Bedi, P., & Nimbalkar, V. (2022). The role of business intelligence in organizational sustainability in the era of IR 4.0. In *Business Intelligence and Human Resource Management* (pp. 63-94). Productivity Press.
- Kusrini, E., Novendri, F., & Helia, V. N. (2018). Determining key performance indicators for *warehouse* performance measurement—a case study in construction materials *warehouse*. In MATEC Web of Conferences (Vol. 154, p. 01058). EDP Sciences.
- Syafa'at, A., & Wahid, A. (2020). Strategi Pemasaran Produk Sepatu Menggunakan Metode Analisis SWOT Dengan Matrik IFAS Dan EFAS Di PT. Bagoes Tjipta Karya. *JKIE (Journal Knowledge Industrial Engineering)*, 7(3), 108-117.