



LAYANAN SALES ORDER PADA PT SEMEN INDONESIA LOGISTIK

Shinta Puspa Maharani¹
Sukaris²

^{1,2}Manajemen, Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Gresik

Email: shintapuspa@gmail.com¹, Sukaris21@umg.ac.id²

Informasi Naskah	Abstrak
Diterima: 22 November 2024	<i>The purpose of this research is to maximize quality of service at the company PT Semen Indonesia Logistics with the findings of the the problem of the fios system which still cannot intervice data with the CSMS system, resulting in several SOs that must be done. with the CSMS system, resulting in several Sales Order that must be made manually because the Fios system is still manually because the Fios system is still under development.</i>
Revisi: 2 Desember 2024	
Terbit: 26 Desember 2024	
Kata Kunci: <i>Service Quality, Sales Order, Logistics.</i>	<i>Impact resulting from this problem, is the delay in making sales orders. sales orders, scheduling is not according to standards, and even delays in the delivery of goods. Factors that influence are such as, lack of human resources, a system that is still manual, the occurrence of input errors in the SO related to the destination address, vehicle type, load type, and even delays in delivery of goods. with destination address, type of vehicle, type of cargo, quantity, this is caused by a lack of coordination between sales teams. caused by a lack of coordination between the sales team, operations, and also the warehouse. the warehouse. With this problem, research was conducted with hope to provide solutions and also improvements in service quality services.</i>

PENDAHULUAN

Sales Order (SO) merupakan permintaan pembelian barang yang disampaikan oleh pelanggan (distributor) kepada prinsipal, yang telah disetujui melalui sistem aplikasi online. Informasi yang terkandung dalam SO meliputi rincian mengenai barang, harga, nama pelanggan, dan tujuan pengiriman, yang menjadi dasar bagi SILOG untuk memfasilitasi pengiriman barang oleh mitra. Terdapat tiga jenis Sales Order, yaitu SO SA, SO Jumbo, dan SO Curah. SIG Group memproduksi berbagai jenis semen, termasuk semen dalam kemasan. (Maydiana Luthfia, 2019).

Proses pembuatan SO dimulai dengan permintaan dari distributor untuk pembelian semen

kepada prinsipal atau pabrik. (Sianipar, 2019). Distributor menginput permintaan SO melalui program CSMS, yang kemudian diproses dan diintegrasikan ke dalam program FIOS. Setelah SO muncul dalam sistem FIOS, tim Order Execution (OE) akan memprosesnya untuk pengiriman, menggunakan truk dari mitra sewa atau truk SILOG sendiri. (Intan Rurieta Anggarawati, 2021). Setelah pengiriman dilakukan, Surat Penerimaan Jasa (SPJ) yang diterima kembali oleh SILOG akan ditagihkan kepada prinsipal. Sales Order memiliki peran yang sangat penting dalam manajemen logistik PT Semen Indonesia Logistik. SO tidak hanya berfungsi sebagai dokumen transaksi, tetapi juga sebagai alat untuk mengoptimalkan seluruh proses logistik. (Isa, 2019).

Salah satu aspek krusial dalam operasional PT Semen Indonesia Logistik adalah system fios yang masih belum bisa intervice dan dalam masa pengembangan data dengan system CSMS sehingga mengakibatkan ada beberapa SO yang harus diperbaiki. Dengan adanya system yang masih dalam masa pengembangan memberikan pengaruh terhadap kualitas layanan jasa angkut yang diberikan. Keterlambatan dalam pembuatan sales order manual bisa menjadi salah satu penyebab kecepatan dalam melakukan eksekusi dalam pengiriman. Hal ini dapat disebabkan oleh berbagai faktor, seperti kurangnya sumber daya manusia atau sistem yang masih dalam pengembangan. Kesalahan dalam pengimputan data dalam pembuatan SO manual terkait alamat tujuan, type kendaraan, jenis muatan, kwanntity, dapat mengakibatkan proses pengiriman tidak bisa dilakukan dikarenakan system akan menalakukan blocking dikarenakan ketidaksesuaian data pada database system. (Tsalisa, 2022).

Permasalahan lain yang perlu diperhatikan adalah kurangnya pemantauan terhadap kinerja sales order. Tanpa adanya sistem monitoring yang memadai, sulit untuk mengidentifikasi dan mengatasi masalah yang terjadi secara proaktif. Selain itu, kurangnya evaluasi terhadap kinerja sistem sales order juga menjadi kendala. (Averina & Widagda, 2021). Padahal, evaluasi secara berkala sangat penting untuk mengidentifikasi area-area yang perlu perbaikan dan untuk memastikan bahwa sistem selalu relevan dengan kebutuhan bisnis. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, diperlukan beberapa upaya perbaikan, seperti melakukan review terhadap seluruh proses bisnis yang terkait dengan sales order, memperbaiki sistem informasi yang digunakan, dan menyusun SOP yang jelas dan terukur. Selain itu, perlu dilakukan pelatihan kepada seluruh pihak yang terlibat dalam proses penanganan sales order agar mereka memiliki pemahaman yang sama mengenai tugas dan tanggung jawab masing-masing. Dengan melakukan perbaikan-perbaikan tersebut, diharapkan kinerja layanan sales order dapat ditingkatkan dan kepuasan pelanggan dapat terjaga. (Asrizal Efendy Nasution & Nasution, 2021).

KAJIAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS

Pelayanan memainkan peran yang sangat penting dalam menentukan kesuksesan berbagai jenis usaha, terutama dalam sektor yang bergerak di bidang jasa. Peran pelayanan akan semakin krusial dan mempengaruhi hasil jika usaha tersebut terlibat dalam kompetisi pasar dan berusaha menarik minat pelanggan. Salah satu strategi untuk memenangkan persaingan dalam sektor jasa adalah dengan memberikan pelayanan yang berkualitas tinggi, guna memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan. Kepuasan pelanggan dapat diukur melalui perbandingan antara harapan mereka dengan kualitas pelayanan yang sebenarnya diterima. (Asrizal Efendy Nasution & Nasution, 2021).

Sikap dan layanan yang diberikan oleh perusahaan merupakan faktor kunci dalam mencapai kesuksesan, serta berperan penting dalam menarik perhatian konsumen. Ada dua faktor utama yang menentukan kualitas pelayanan, yaitu layanan yang diharapkan (*expected service*) dan layanan yang dirasakan (*perceived service*). Pelayanan dianggap baik dan memuaskan jika jasa yang diterima

sesuai dengan harapan konsumen dan memenuhi standar kualitas yang dianggap ideal. Sebaliknya, jika pelayanan yang diberikan tidak memenuhi ekspektasi, maka kepuasan pelanggan akan terpengaruh. Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan.. (Averina & Widagda, 2021)

Pelayanan merupakan elemen penting dalam setiap kegiatan atau usaha, dan bisa menjadi indikator utama apakah sebuah bisnis dapat bertahan atau tidak. Dalam konteks ini, pelayanan memegang peranan krusial, terutama dalam sektor pengiriman jasa logistik. Jasa logistik menyediakan layanan pengiriman barang kepada pelanggan, yang sistemnya sangat mempengaruhi kemajuan e-commerce, baik dalam hal mendukung maupun menghambatnya, tergantung pada kualitas layanan yang diberikan. Layanan logistik di Indonesia, yang merupakan negara kepulauan, memiliki tantangan besar karena sifatnya yang sulit dikendalikan. Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk terus menjaga kepercayaan pelanggan dengan meningkatkan kualitas layanan, serta secara cermat mengidentifikasi kebutuhan pelanggan sebagai upaya untuk memenuhi harapan mereka dan meningkatkan kepuasan. Untuk mencapai pelayanan yang unggul, perusahaan harus mengimplementasikan Standar Operasional Prosedur (SOP) yang sesuai dengan standar kerja yang telah ditetapkan.(Tsalisa, 2022).

METODE PENELITIAN

Penelitian kualitatif digunakan dalam studi ini untuk memberikan gambaran menyeluruh tentang kejadian di lapangan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mempelajari lebih lanjut tentang manajemen peningkatan kualitas pelayanan jasa. Para peneliti menggunakan tinjauan pustaka dari penelitian sebelumnya untuk mengumpulkan informasi untuk penelitian ini dari buku-buku, jurnal kontemporer, dan berita utama daring. Penelitian ini juga menggunakan metodologi tinjauan pustaka. Literatur dari berbagai sumber, termasuk, jurnal, esai, dan karya lainnya, diprioritaskan dalam metode ini, seperti dengan Google Scholar, Scopus, Sinta, digunakan untuk menemukan sumber literatur ini. Literatur yang dijadikan sumber artikel ini diambil dari karya - karya yang terbit dalam kurun waktu lima tahun sebelumnya. Alasan pertama untuk memilih periode penerbitan lima tahun untuk makalah adalah untuk menjaga orisinalitas data dan diskusi yang mendasari karya tersebut. informasi terkini atau relevan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kualitas Pelayanan Jasa merupakan kunci keberhasilan dalam berbagai usaha pada kegiatan yang sifatnya pemberi jasa. Peranan pelayanan akan lebih besar dan menentukan jika pada kegiatan jasa tersebut bersaing dalam persaingan pasar dan dapat menarik pelanggan.(Rahmah, 2020). Salah satu strategi untuk membuat penjualan jasa lebih unggul dibandingkan kompetitor adalah dengan memberikan pelayanan berkualitas yang dapat memenuhi harapan pelanggan. Kepuasan pelanggan dapat diukur dengan membandingkan antara layanan yang mereka terima dan layanan yang mereka harapkan. Dengan memberikan kualitas layanan yang baik, perusahaan dapat meningkatkan reputasi dan daya saing serta memperkuat loyalitas pelanggan. Layanan jasa dianggap berkualitas apabila pelanggan merasa puas, sedangkan jika layanan yang diberikan buruk, tingkat kepuasan pelanggan cenderung rendah. (Reza Nurul Ichsan, Ahmad Karim, 2021).

Dalam pelayanan jasa, terdapat sistem yang disebut Sales Order (SO), yang berfungsi untuk memberikan informasi mengenai ketersediaan produk beserta jumlahnya. Sistem ini sangat membantu dalam memperkirakan kebutuhan pembelian. Penanganan dan pengolahan data sales order melibatkan berbagai departemen dalam perusahaan, yang memerlukan akses informasi yang sama dan cepat untuk memudahkan pengawasan, pemantauan, koordinasi, serta pengambilan keputusan atau persetujuan terkait sales order. Masalah dapat muncul ketika tidak ada sistem yang terintegrasi,

karena pihak-pihak terkait akan menghadapi kesulitan dalam proses pengelolaan. Hal ini bisa menyebabkan perbedaan informasi yang berisiko menimbulkan kesalahan dan memperlambat proses pemrosesan sales order akibat belum adanya integrasi sistem yang efisien.(Romelus Anigomang, 2023).

Penyebab Kegagalan dalam Sales Order (SO)

Kegagalan dalam Sales Order (SO) ini disebabkan oleh beberapa faktor yang saling terkait. Salah satu faktor utama adalah kesalahan dalam penginputan data, seperti informasi barang, harga, atau alamat pengiriman, yang dapat mengakibatkan pengiriman tidak tepat. (Dewi, 2021). Selain itu, kurangnya komunikasi antara distributor dan Prinsipal juga dapat menimbulkan kebingungan dalam proses pemesanan, sehingga menghambat kelancaran pengiriman. Faktor lain yang turut berperan adalah kurangnya sumber daya manusia, sistem yang masih secara manual, terjadinya kesalahan input pada SO terkait dengan alamat tujuan, type kendaraan, jenis muatan, kuwantity, hal ini disebabkan akibat kurangnya koordinasi antar tim sales, operasional, dan juga pihak gudang. (Sri Rahmi Rahayu¹, Fitriani Latief², 2021). Terakhir, masalah teknis dalam sistem aplikasi yang digunakan untuk memproses SO juga dapat menjadi penyebab, seperti gangguan jaringan atau kesalahan sistem yang menghalangi alur pemesanan yang efisien. Semua faktor ini harus dikelola dengan baik untuk memastikan keberhasilan dalam pengecekan.

Dampak Kegagalan Sales Order (SO)

Kepuasan pelanggan secara signifikan dan luas dipengaruhi oleh kegagalan pesanan penjualan (SO) dalam layanan logistik semen, salah satu dampak yang paling nyata adalah keterlambatan pengiriman, yang dapat menyebabkan sejumlah masalah bagi klien, terutama di sektor konstruksi di mana tenggat waktu yang ketat sangat penting tertunda, sehingga mengakibatkan hilangnya waktu dan kemungkinan kenaikan biaya, jika semen tidak dikirim sesuai jadwal. Selain biaya finansial, hal ini dapat merusak reputasi klien sebagai pengembang atau kontraktor, yang dapat berdampak pada bisnis mereka di masa mendatang.(Eko Winarni, 2023).

Masalah yang signifikan selain penundaan, membayar ekstra untuk pengembalian atau penggantian, misalnya, jika barang yang disediakan berbeda dari yang dibeli dalam hal jenis, jumlah, atau kualitas. tidak bahagia dan mungkin menjadi frustrasi akibat harus menghadapi kendala yang tidak perlu dalam proyek mereka selain kehilangan uang, merasa dilupakan dan tidak dihargai apabila masalah ini tidak diselesaikan dengan segera dan efisien. (Prihandoyo, 2019)

Saat menangani masalah di SO, komunikasi buruk komunikasi yang dapat memperburuk lebih lanjut dapat memperburuk situasi. menjadi tidak puas dan kehilangan kepercayaan apabila mereka percaya bahwa mereka hanya memiliki sedikit pengaruh terhadap situasi apabila mereka tidak diberitahu mengenai masalah atau penundaan. tidak hanya dapat memenuhi kebutuhan mereka tetapi juga berkomunikasi secara terbuka dan cepat dalam sektor bisnis yang sangat kompetitif. Konsekuensi dari kegagalan bisnis di area ini bisa jauh lebih parah daripada satu kesalahan pemesanan.(Rohman & Abdul, 2020).

Reputasi bisnis dapat menurun seiring berjalannya waktu akibat banyaknya umpan balik negatif yang ditinggalkan oleh klien yang tidak puas, baik secara daring maupun dari mulut ke mulut. Evaluasi memiliki kekuatan untuk mempengaruhi keputusan calon klien dan mengakibatkan hilangnya peluang bisnis di era digital saat ini, dimana informasi dapat diakses dan dibagikan dengan mudah.

Jika dipertimbangkan, administrasi pesanan penjualan yang buruk dapat merusak kemitraan jangka panjang selain memengaruhi kebahagiaan klien saat ini. Kecil kemungkinannya untuk menggunakan layanan tersebut lagi, yang dapat mengakibatkan hilangnya klien setia. Perusahaan harus menjamin SO yang efektif, meningkatkan komunikasi pelanggan, dan memiliki prosedur untuk segera menangani dan mengelola kesulitan apa pun yang mungkin muncul untuk mengatasi tantangan ini. Sistem, meningkatkan komunikasi pelanggan, dan memiliki prosedur untuk segera menangani dan mengelola kesulitan apa pun yang mungkin muncul untuk mengatasi tantangan ini. Dengan melakukan tindakan ini, bisnis dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan menjalin ikatan yang lebih erat dengan klien mereka di masa mendatang. (Sianipar, 2019).

Usulan Pemecahan Masalah

Logistik memiliki peran yang sangat penting dalam rantai pasokan (*supply chain*). Dengan adanya pembukaan pasar dan perdagangan global, perusahaan memiliki kesempatan untuk memperluas jangkauan pasar dan distribusi, baik di dalam negeri maupun ke luar negeri melalui kegiatan ekspor-impor. Dalam menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat, perusahaan dituntut untuk memberikan yang terbaik, tidak hanya pada bagian penjualan atau pemasaran, tetapi juga pada produksi dan logistik, yang seringkali dianggap sebagai "pemain belakang". Di PT. Semen Indonesia Logistik, peran logistik meliputi pengelolaan transportasi pengiriman barang, yang memastikan produk sampai tepat waktu, dalam jumlah yang sesuai, dengan kualitas yang terjaga, di lokasi yang tepat, dan dengan biaya yang efisien. Selain itu, logistik juga mencakup pengelolaan pergudangan untuk memantau ketersediaan stok barang.

Usulan permasalahan mengenai kualitas layanan sales order pada PT Semen Indonesia Logistik fokus pada analisis dan perbaikan proses distribusi produk. Meskipun perusahaan memiliki armada yang memadai dan sistem manajemen yang baik, sering terjadi keterlambatan dalam pengiriman yang berdampak pada kepuasan pelanggan. Hal ini mengindikasikan adanya kesenjangan antara harapan pelanggan dan kenyataan layanan yang diberikan, yang perlu diidentifikasi dan diatasi. Penting untuk melakukan evaluasi terhadap proses bisnis yang ada, termasuk pengelolaan armada dan sistem pemantauan pengiriman. Dengan menerapkan kerangka kerja seperti SCOR, perusahaan dapat menganalisis setiap tahap distribusi untuk menemukan titik lemah dan merumuskan solusi yang tepat. Usulan ini bertujuan untuk meningkatkan efisiensi operasional serta memastikan bahwa standar kualitas layanan tetap terjaga. Selain itu, pelatihan dan peningkatan kompetensi karyawan juga menjadi faktor kunci dalam meningkatkan kualitas layanan.

Dengan memastikan bahwa semua staf memahami prosedur dan memiliki keterampilan yang diperlukan, PT Semen Indonesia Logistik dapat lebih responsif terhadap kebutuhan pelanggan dan mengurangi potensi masalah dalam pengiriman. Implementasi informasi teknologi sebagai alat bantu dalam proses ini juga sangat disarankan untuk mempercepat dan mempermudah komunikasi serta memantau status pengiriman. Dengan langkah-langkah ini, PT Semen Indonesia Logistik diharapkan dapat meningkatkan kualitas layanan sales order, memperkuat posisi plus kompetitifnya di pasar, dan memberikan nilai bagi pelanggan serta pemangku kepentingan.

PENUTUP

Sales Order (SO) merupakan permintaan resmi dari pelanggan untuk barang atau jasa, yang menjadi dasar pemenuhan pesanan dan mencakup informasi penting seperti detail produk, jumlah, dan alamat pengiriman. Ketidaktepatan atau keterlambatan dalam pemrosesan SO dapat menyebabkan inefisiensi dan ketidakpuasan pelanggan, dengan tantangan seperti kesalahan entri

data, gangguan sistem, dan masalah koordinasi antar departemen. Kualitas layanan dalam pemenuhan pesanan sangat penting untuk kesuksesan bisnis, dan dapat dievaluasi melalui lima dimensi kualitas layanan—hal yang nyata, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati. Untuk mengatasi tantangan ini, perusahaan perlu meningkatkan akurasi data, menyederhanakan proses, dan memperbaiki komunikasi, yang dapat dicapai melalui solusi teknologi dan perubahan organisasi. Penerapan sistem manajemen pesanan yang efisien serta pelatihan karyawan dapat meningkatkan kualitas layanan, efisiensi operasional, dan kepuasan pelanggan, sehingga memberikan keunggulan kompetitif. Usulan permasalahan mengenai kualitas layanan sales order pada PT Semen Indonesia Logistik fokus pada analisis dan perbaikan proses distribusi produk dengan pembuatan kerangka SCOR dengan adanya kerangka ini, perusahaan dapat menganalisis setiap tahap distribusi untuk menemukan titik lemah dan merumuskan solusi yang tepat. Usulan ini bertujuan untuk meningkatkan efisiensi operasional serta memastikan bahwa standar kualitas layanan tetap terjaga.

REFERENSI

- Asrizal efendy nasution, & nasution, s. M. A. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan faktor emosional biaya dan kemudahan terhadap kepuasan konsumen pada pengguna aplikasi jasa gojek di medan. *Proceeding seminar nasional kewirausahaan*, 2(1), 2021, hal 142- 155, 2(: kualitas pelayanan, faktor emosional, biaya dan kemudahan, keinginan konsumen), 14 pages.
- Averina, r. Y., & widagda, i. G. N. J. A. (2021). Pengaruh digital marketing, word of mouth, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. *Tjybjb.ac.cn*, 27(2), 635–637.
- Eko winarni. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada bisnis jasa transportasi gojek. *Majalah ekonomi*, 27(2), 35–47. <https://doi.org/10.36456/majeko> . vol27. no2. a6471
- Intan rurieta anggarawati. (2021). Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pdam tirta marta yogyakarta. *Jurnal indonesia sosial sains*, 2(1), 40–49. <https://doi.org/10.36418/jiss.v2i1.146>
- Isa, m., lubis, h. A., & chaniago, m. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan penumpang menggunakan jasa angkutan penyeberangan pt. Asdp indonesia ferry (persero) cabang sibolga. *Jesya (jurnal ekonomi & ekonomi syariah)*, 2(2), 164–181. <https://doi.org/10.36778/jesya.v2i2.90>
- Kurniasih, d., & elizabeth, e. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan, citra merek dan getok tular terhadap keputusan pembelian jasa. *Reviu akuntansi, manajemen, dan bisnis*, 1(1), 1–8. <https://doi.org/10.35912/rambis.v1i1.400>
- Maydiana luthfia. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan pada jasa cuci motor mandiri. *Jurnal pendidikan tata niaga (jptn)*, 7(2), 444–450.
- Prihandoyo, c. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan jne cabang balikpapan. *Jurnal geoekonomi*, 10(1), 116–129. <https://doi.org/10.36277/geoekonomi.v10i1.59>
- Rahmah, c. A. (2020). , dengan jumlah sampel yaitu 87 orang. *Jurnal manajemen tools*, 12(2), 30–44.
- Reza nurul ichsan, ahmad karim. (2021). Kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pt. Jasa raharja medan. *Jurnal penelitian pendidikan sosial humaniora*, 6(1), 54–57. <https://doi.org/10.32696/jp2sh.v6i1.729>
- Rohman, s., & abdul, f. W. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan dan ketepatan pengiriman terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa pengiriman barang ninja express di masa pandemi covid-19. *Jurnal logistik indonesia*, 5(1), 73–85. <https://doi.org/10.31334/logistik.v5i1.1188>
- Romelus anigomang, f., aristarkus tang, s., maruli, e., ekonomi universitas tribuana kalabahi, f., & abstract, n. (2023). Pengaruh dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengguna jasa. *Jurnal ilmiah wahana pendidikan, januari, 2023*(1), 698–709.

- Sianipar, g. J. . (2019). Pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa transportasi ojek online (studi pada pelanggan grabbike di kota medan). *Jurnal manajemen dan bisnis*, 19, 183–196. <https://doi.org/10.54367/jmb.v19i2.576>
- Sri rahmi rahayu1, fitriani latief2, n. W. A. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan jasa terhadap kepuasan konsumen layanan indihome di makassar. *Nmar nobel management review*, 2(september), 370–380.
- Tsalisa, r. A., hadi, s. P., & purbawati, d. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa transportasi online maxim di kota semarang. *Jurnal ilmu administrasi bisnis*, 11(4), 822–829. <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.35970>