

OPERATION RESEARCH TERHADAP PERUSAHAAN DISTRIBUTOR

Yogita Permata¹, Rowlan Takaya²

yogitapermata17@gmail.com¹, rowlan@trisakti.ac.id²

Universitas Trisakti

ABSTRACT

Business analysis is an important step for the development and understanding of the operational process of a business or company with the aim of identifying opportunities, addressing problems, and anticipating the risk of mistakes in decision-making. By conducting a good business analysis, it can help increase the effectiveness and efficiency of a company. Identifying and dividing the market into different segments must be done due to the diverse needs and demands of the market. After identifying, the next is to determine the target market with the greatest opportunity, then the company can innovate to meet market needs and demands, business analysis can also help the company in making the best policy for the company's sustainability in the future. Through good business analysis, it can provide effectiveness and efficiency for the company in conducting operation research.

Keywords: Analisis Bisnis, Operation Research

PENDAHULUAN

Speaker adalah perangkat keras yang berfungsi untuk menghasilkan suara. Dalam berbagai perangkat elektronik, seperti TV, smartphone, dan komputer, speaker digunakan sebagai pengeras suara, sehingga pasar speaker sangat luas dan mudah di dapatkan, bahkan kendaraan seperti mobil, kereta, busway, dan transportasi umum lainnya membutuhkan speaker dalam memaksimalkan jasa yang mereka tawarkan. Oleh sebab itu persaingan yang ketat di dalam industri speaker, menuntut para perusahaan distributor agar dapat memperbanyak rantai distributor, yaitu dengan memiliki harga yang kompetitif, serta melakukan strategi marketing yang efektif dan efisien.

Menurut data saat ini, di Indonesia sendiri sudah terdapat banyak merk speaker dengan berbagai macam spek yang ditawarkan. Ada beberapa perusahaan pengembangan, dan perusahaan penjualan, serta perusahaan distributor speaker yang ada di Indonesia. Jumlah yang banyak ini menunjukkan tingkat persaingan yang tinggi dalam usaha meraih keuntungan dalam penjualan. Untuk memaksimalkan penjualan guna meningkatkan keuntungan, perusahaan harus terlebih dahulu melakukan analisa bisnis untuk mengidentifikasi kelemahan, kekuatan, peluang, dan ancaman yang akan dihadapi oleh perusahaan.

Ahli pemasaran ternama Philip Kotler memandang analisa bisnis sebagai pondasi penting untuk meraih kesuksesan jangka panjang. Menurutny, versi modern dari analisis bisnis harus melibatkan penelitian pasar yang cermat, menggali preferensi pelanggan, trend konsumen, serta melihat peluang-peluang baru yang muncul. Dengan pemahaman yang baik mengenai dinamika pasar, organisasi dapat melakukan perancangan taktik atau strategi yang memungkinkan mereka untuk tetap relevan dan berdaya saing. Seperti yang dikatakan oleh Kotler, analisa bisnis memiliki peran penting sebagai pondasi awal dalam mencapai tujuan karena dalam analisa bisnis kita akan melakukan penelitian pada trend pasar, kebutuhan masyarakat, dan lain sebagainya. Hasil analisa bisnis dapat menjadi acuan dasar bagi stakeholder perusahaan dalam mengambil keputusan atau merancang kebijakan yang sesuai dengan visi, misi dan tujuan perusahaan.

Peran analisis bisnis dalam pengambilan keputusan sangat penting, karena analisa ini menyediakan informasi kritis yang membantu pemimpin organisasi membuat keputusan yang tepat dan strategis (Yunus, 2016; Dr. Solehudin, M.M, 2024). Berikut adalah beberapa aspek peran analisis bisnis dalam pengambilan keputusan.

1. Sebagai Sumber Informasi yang Relevan dan Akurat

Analisis bisnis merupakan peran kunci dalam penyediaan informasi yang relevan dan akurat kepada pemimpin dan stakeholder perusahaan. Analisis bisnis dapat membantu menghasilkan pengetahuan mendalam mengenai kondisi pasar, kinerja perusahaan, serta faktor lainnya yang dapat mempengaruhi keberhasilan perusahaan.

2. Menyediakan Pemahaman Terhadap Lingkungan Bisnis

Dengan melakukan pemantauan konstan terhadap trend pasar, persaingan industri dan perkembangan ekonomi, analisi bisnis membantu dalam memahami dinamika perubahan dalam lingkungan bisnis, yang mana pemahaman ini membantu dalam meramalkan peluang perubahan yang akan terjadi di masa depan dan melakukan identifikasi terhadap peluang dan risiko yang mungkin mempengaruhi keputusan bisnis.

3. Mendukung Pengembangan Strategi

Dengan informasi yang didapatkan melalui analisis bisnis dapat membantu merumuskan strategi terbaik dengan memberikan informasi mengenai kekuatan, kelemahan, peluang, dan tantangan yang dihadapi. Analisa ini dapat digunakan untuk mengidentifikasi arah strategis yang paling sesuai dengan visi dan misi Perusahaan.

4. Memfasilitasi Pengelolaan Risiko

Analisa bisnis dapat membantu pemimpin Perusahaan dalam mengidentifikasi potensi risiko dan mengembangkan strategi untuk mengelolanya, dengan pemahaman yang baik terhadap berbagai risiko yang mungkin timbul, pemimpin dapat mengambil Langkah-langkah terbaik untuk mengurangi dampak negatifnya.

5. Mendorong Keputusan Berbasis Data

Analisis bisnis dapat membantu dalam pengambilan keputusan berbasis data berdasarkan hasil observasi dan identifikasi realitas dinamika pasar yang sedang terjadi. Hal ini mengurangi pengambilan keputusan berdasarkan spekulasi semata sehingga keputusan yang diambil bersifat logis dan akurat.

6. Memfasilitasi Perubahan dan Inovasi

Dengan memahami perubahan dalam lingkungan bisnis, Analisa bisnis dapat membantu pemimpin Perusahaan untuk melakukan inovasi atau perubahan yang sesuai dengan dinamika pasar dan tujuan Perusahaan.

Dengan demikian, aspek dalam Analisa bisnis meliputi : memberikan informasi yang relevan dan akurat, menyediakan pemahaman terhadap lingkungan bisnis, mendukung pengembangan strategi, memfasilitasi pengelolaan resiko, mendorong keputusan berbasis data, dan memfasilitasi perubahan dan inovasi. Analisa bisnis memberikan kerangka kerja yang solid sehingga dapat membantu pemimpin perusahaan dalam membuat keputusan yang berorientasi terhadap hasil. Tujuan dari penelitian ini adalah mengkaji bagaimana analisa bisnis mempengaruhi operation research pada perusahaan distributor speaker.

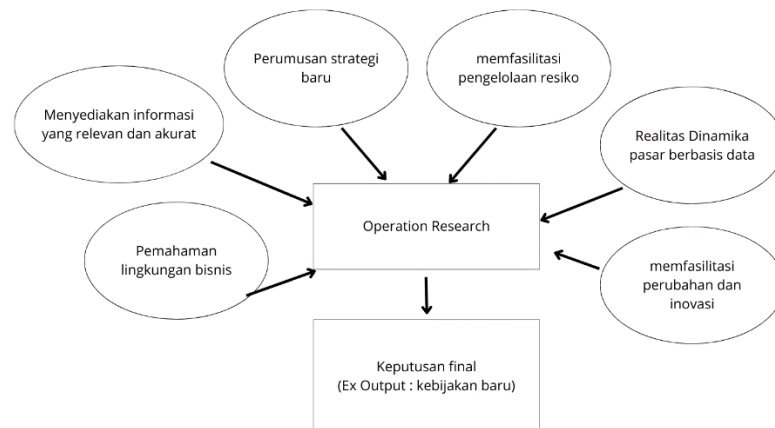
METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan melakukan pengumpulan data sekunder dari berbagai sumber yaitu jurnal, artikel ilmiah, buku, dan lain-lain yang berkaitan dengan analisa bisnis dan operation research, kemudian penulis melakukan review beberapa jurnal yang terkait dengan tema penelitian sejenis. Hasil review jurnal kemudian dituangkan dalam diagram yang menjelaskan hubungan antara analisa bisnis dan operation

research dalam proses pengambilan keputusan pada perusahaan distributor speaker.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisa bisnis merupakan tools yang dapat digunakan untuk melakukan metode operation research pada perusahaan khususnya perusahaan distributor speaker. Analisa bisnis sebagai alat untuk melakukan analisa pasar secara realistis berbasis data, dengan melakukan analisa bisnis, seorang pemilik usaha akan memiliki data akurat mengenai lingkungan bisnis, target pasar, dan kelemahan serta kekuatan yang dimiliki internal perusahaan saat itu. Hasil analisa bisnis dapat dijadikan bahan pertimbangan untuk membuat keputusan/kebijakan dengan metode operation research.



Gambar 1. korelasi Analisa bisnis dengan operation research

Gambar diatas menjelaskan korelasi antara analisa bisnis dengan operation research. Kedua hal tersebut saling berhubungan satu sama lain, dimana aspek peran dalam analisa bisnis dapat menghasilkan pertimbangan dalam melakukan pengambilan keputusan yang bijak sesuai dengan visi dan misi perusahaan sehingga analisa bisnis dapat digunakan dalam metode operation research pada perusahaan terutama perusahaan speaker.

Aspek analisa bisnis seperti perumusan strategi baru, penyediaan data, pemahaman lingkungan bisnis, penyediaan informasi dan memfasilitasi perubahan serta inovasi baru dapat menjadi tools dalam metode operation research dalam melakukan pengambilan keputusan yang akurat dan efektif serta efisien

KESIMPULAN

Analisa bisnis menyediakan data dan fakta melalui observasi terhadap lingkungan bisnis, realitas market, dan menganalisa kekuatan serta kelemahan perusahaan sehingga keputusan pemimpin perusahaan dalam mengambil keputusan dapat dipertanggungjawabkan karena berdasarkan data yang kredibel. Dengan menggunakan analisa bisnis, perusahaan dapat menggunakan operation research berdasarkan aspek-aspek dalam analisa tersebut sehingga pemimpin perusahaan dapat membuat kebijakan atau keputusan terbaik sesuai dengan visi dan misi Perusahaan. Kesimpulan dari penelitian ini adalah analisa bisnis dapat digunakan dalam metode operation research pada sebuah perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

Fildzania, Annisah, Andriani Sahputri, dan Nurbaiti. ANALISIS PELUANG BISNIS DI MASA PANDEMI (STUDI KASUS PADA PT UNILEVER INDONESIA TBK). Pontianak: Jurnal Audit dan Akuntansi Fakultas Ekonomi, 2021. <https://jurnal.untan.ac.id/index.php/jaakfe>.
Heryana, Ade. Operations Research/Management Science: Karakteristik, Prosedur, dan

Penggunaan. Jakarta: Universitas Esa Unggul, 2022. (PDF) Operations Research/Management Science: Karakteristik, Prosedur, dan Penggunaan (researchgate.net)

Janardana, Diptyarsa. Apa itu Distributor? Berikut Pengertian & Contohnya!. Diakses pada Minggu 23 Juni 2024. Apa itu Distributor? Berikut Pengertian & Contohnya! (bizhare.id)

Nugroho, Lucky. Analisa Bisnis. Jakarta: Universitas Mercu Buana, 2020. https://www.researchgate.net/publication/344912961_Analisa_Bisnis

Solehudin, et al. Analisa Bisnis. Batam: Yayasan Cendikia Mulia Mandiri, 2024.

Sugiyono, Metode Penelitian Tindakan (Action Research). Jogja: Jurnal Elektronik Universitas Negeri Padang, 2015. Metode Penelitian Tindakan (Action Research) | , | Prosiding Seminar Nasional Jurusan PGSD FIP UNP Tahun 2015