

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Perusahaan dan Jenis-jenis Perusahaan

2.1.1.1 Pengertian Perusahaan

Pengertian perusahaan menurut Suwardjono dalam buku Akuntansi Pengantar (1991:27) sebagai berikut :

“Perusahaan dapat diartikan dari sudut pandang yuridis, ekonomi ataupun organisasi.”

Sedangkan menurut Warren Reeve Fess dalam buku Accounting-Pengantar Akuntansi (2006:2) sebagai berikut :

“Perusahaan adalah suatu organisasi dimana sumber daya (input) dasar seperti bahan dan tenaga kerja dikelola serta diproses untuk menghasilkan barang atau jasa (output) kepada pelanggan.”

Dari pengertian yang telah dipaparkan diatas maka penulis dapat menyimpulkan bahwa pengertian perusahaan adalah sebuah organisasi yang mengubah sumber daya (input) dan diproses agar menghasilkan suatu produk baik barang maupun jasa (output) kepada pelanggan dengan tujuan memaksimalkan keuntungan.

2.1.1.2 Jenis-Jenis Perusahaan

Menurut Warren Reeve Fess dalam buku Accounting-Pengantar Akuntansi (2006:3) terdapat tiga jenis perusahaan yang beroperasi untuk

menghasilkan laba, yaitu perusahaan manufaktur, perusahaan dagang, dan perusahaan jasa.

- **Perusahaan Manufaktur** (*Manufacturing business*)

Perusahaan manufaktur mengubah input dasar menjadi produk yang dijual kepada masing-masing pelanggan.

- **Perusahaan dagang** (*Merchandising Business*)

Perusahaan dagang juga menjual produk ke pelanggan. Namun, mereka tidak memproduksi barangnya sendiri, tetapi membelinya dari perusahaan lain (misalnya, dari perusahaan manufaktur). Dengan kata lain, perusahaan dagang mempertemukan produk dengan pelanggan.

- **Perusahaan Jasa** (*Service Business*)

Perusahaan yang menghasilkan jasa dan bukan barang atau produk untuk pelanggan.

Dari ketiga jenis perusahaan yang telah dijelaskan PB. Setia Abadi Group yang menjadi objek penelitian termasuk jenis perusahaan dagang (*Merchandising Business*). PB. Setia Abadi Group bergerak sebagai penjual (*retailer*) untuk memenuhi kebutuhan para konsumen yang melakukan kegiatan di bidang pembangunan.

2.1.2 Manajemen Logistik

Sebuah bisnis memiliki aktivitas penting yang melibatkan berbagai fungsional manajemen seperti manajemen operasional, manajemen pemasaran, manajemen sumber daya manusia, dan manajemen keuangan semua fungsional

tersebut saling berkaitan agar aktivitas perusahaan berjalan dengan baik, dan mencapai tujuan perusahaan itu sendiri.

Dalam penelitian ini lebih kepada fungsional manajemen operasional dimana manajemen operasional itu sendiri memiliki sub-bab yang bermacam-macam seperti manajemen proyek, manajemen kualitas, manajemen rantai pasok, manajemen persediaan, manajemen perawatan dan masih terdapat sub-bab lainnya. Apabila dikaitkan dengan masalah yang terjadi, fenomena tersebut berkaitan dengan manajemen logistik (pengadaan barang).

Manajemen logistik itu penting dalam sebuah bisnis karena manajemen logistik berfokus pada pengadaan barang yang mengharuskan perusahaan merancang strategi yang ingin dicapai oleh perusahaan itu sendiri. Manajemen logistik terdapat sub-bab seperti alur informasi yang berjalan dalam pengiriman barang, strategi pendistribusian, biaya yang diperlukan dalam suatu pengiriman barang dan berbagai sub-bab lainnya.

Manajemen logistik terdiri dari kata manajemen dan logistik. Maka dari itu sebelum menjelaskan manajemen logistik terlebih dahulu penulis akan menjelaskan beberapa pengertian dari manajemen dan logistik secara terpisah.

2.1.2.1 Pengertian Manajemen

Manajemen memiliki arti yang luas dalam penjabaran definisi manajemen itu sendiri berasal dari kata *to manage* yang berarti mengatur

(mengelola) Berikut pendapat beberapa ahli mengenai manajemen, pengertian manajemen menurut **Koonzt** (2007 : 2) adalah sebagai berikut :

“Management is the process of designing and maintaining an environment in which individuals, working together in groups, efficiently accomplish selected aims.”

Sedangkan pengertian manajemen menurut **Musselman** (2007:3)

“Management is the process of planning, organizing, directing, and controlling the activities of an enterprise to achieve specific objectives.”

Dari pengertian-pengertian diatas maka penulis dapat menyimpulkan bahwa pengertian manajemen adalah suatu proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, pengawasan terhadap aktivitas seluruh sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan secara efektif dan efisien untuk mencapai tujuan yang ingin diraih perusahaan (organisasi).

2.1.2.2 Pengertian Logistik

Kegiatan logistik merupakan salah satu kegiatan utama dalam sebuah bisnis dan menjadi faktor dalam kelangsungan aktivitas bisnis dimana pada proses inilah pengadaan produk dilakukan.

Menurut **Alan Harrison, Remko van Hoek** dalam bukunya yang berjudul **“Logistics Management and Strategy”** (2005:7) mengatakan bahwa pengertian dari logistik adalah sebagai berikut :

“Logistics is the task of coordinating material flow and information flow across the supply chain.”

Adapun menurut **Richard B. Chase, Nicholas J. Aquilano, F. Robert Jacobs** (2001:339) yaitu

“Logistics is a term that refers to the management functions that support the complete cycle of material flow from the purchase and internal control of production materials; to the planning and control of work-in-process; to the purchasing, shipping, and distribution of the finished product. The emphasis on lean inventory means there is less room for error in deliveries.”

Pengertian logistik Menurut **Cecil C. Bozarth, Robert B. Handfield** dalam buku **“Introduction Operation and Supply Chain Management”** (2005:337) adalah

“Logistics is that part of supply chain process that plans, implements, and control the efficient, effective flow and storage of goods, services, and related information from the point of origin to the point of consumption in order to meet customers’ requirements. “

Menurut **Bawersox** dalam bukunya yang berjudul **“Manajemen Logistik Jilid 1”** (2002:13) mendefinisikan bahwa

“Logistik modern sebagai proses pengelolaan yang strategis terhadap pemindahan dan penyimpanan barang, suku cadang dan barang jadi dari para supplier, diantara fasilitas-fasilitas perusahaan dan para pelanggan.”

Dari penjelasan definisi-definisi dari para ahli diatas maka penulis dapat menyimpulkan bahwa logistik adalah suatu fungsi manajemen yang berfokus pada pengelolaan efektifitas alur barang dan informasi dari pembelian hingga pendistribusan barang.

2.1.2.3 Pengertian Manajemen Logistik

Setelah sebelumnya membahas mengenai pengertian manajemen serta pengertian logistik, maka dapat diketahui sebuah pengertian umum mengenai definisi dari manajemen logistik.

Menurut **Roger G. Schroeder** dalam bukunya yang berjudul **“Operations Management Contemporary Concepts and Cases”** (2007:191)

pengertian manajemen logistik adalah :

“Logistics management when logistics management is broadly defined, it is identical to supply chain management. Some managers, however, define logistics narrowly as only concerned with inbound transportation and outbound distribution, in which case logistics is a subset of supply chain management.”

Menurut **Jay Heizer dan Barry Render** dalam bukunya yang berjudul **“Operation Management”** (2004:24)

“Manajemen logistik adalah sebuah pendekatan yang mencari efisien operasi melalui pengintegrasian semua aktivitas pemerolehan, pemindahan, dan penyimpanan bahan. Keunggulan bersaing yang potensial ditemukan melalui pengurangan biaya maupun peningkatan pelayanan pelanggan.”

Dari definisi-definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa manajemen logistik merupakan suatu elemen penting dalam manajemen operasional yang berkaitan dengan strategi alur barang secara terintegrasi yang bertujuan dapat meningkatkan pelayanan pelanggan dengan mengurangi biaya logistik.

2.1.3 Total Biaya Logistik

Berdasarkan definisi sebelumnya yang menjadi fokus utama manajemen logistik salah satunya yaitu mengurangi biaya logistik, maka diperlukan informasi yang lebih detail dari biaya dan logistik itu sendiri.

Adapun penjelasan tentang logistik telah dijelaskan pada poin sebelumnya. Maka dari itu sebelum menjelaskan biaya logistik terlebih dahulu penulis akan menjelaskan beberapa pengertian dari biaya itu sendiri dan jenis-jenis biaya.

2.1.3.1 Definisi Biaya (*Cost*)

Menurut **Warren, James M. Reeve, Philips E Fess** dalam bukunya *Accounting Pengantar Akuntansi* (2006:621) :

“Cost (biaya) adalah pembayaran tunai atau komitmen untuk membayar tunai di masa datang yang ditujukan untuk menghasilkan pendapatan.”

Menurut **Roger G. Schroeder** dalam bukunya yang berjudul *“Operations Management Contemporary Concepts and Cases”* (2007:44) yaitu:

“Cost is an absolute term and measures the amount of resources used to produce the product”

Dari definisi tentang biaya diatas maka dapat disimpulkan oleh penulis bahwa biaya merupakan suatu perhitungan pengeluaran yang dibebankan kepada produk yang akan dibeli oleh konsumen, sehingga menghasilkan pendapatan di masa yang akan datang.

2.1.3.2 Pengertian Biaya Logistik

Setelah mengetahui akan pengertian dari biaya poin selanjutnya akan membahas tentang biaya logistik itu sendiri dari pandangan para ahli.

Menurut **Lawrence D. Fredendall Ed Hill** dalam bukunya yang berjudul *“Designing Supply Chain Concept”* (1988 : 209) :

“Total cost concept – in logistics, the idea that all logistical decisions that provide equal service levels should favor the option that minimizes the total of all the logistical costs and not be used on cost reductions in one area alone, such as lower transportation charges.”

Menurut **Ronald H. Ballou** dalam bukunya yang berjudul “**Business Logistics/Supply Chain Management**” (2004:739)

“Logistics costs is the amount of money a firm spends on logistics often determines how often its strategy should be replanned. All other factors being equal, a firm producing highly engineered goods (such as machine tool and computers), with total distribution cost of 1 percent of sales or less, may give little attention to a logistics strategy.”

Setelah penjelasan pengertian biaya logistik dari para ahli maka penulis menyimpulkan bahwa biaya logistik adalah penjumlahan seluruh biaya-biaya yang termasuk dalam kegiatan logistik, namun biaya-biaya tersebut dapat diturunkan berdasarkan pemilihan strategi dan kebijakan yang ingin dicapai dari perusahaan untuk bersaing dengan para *competitor*.

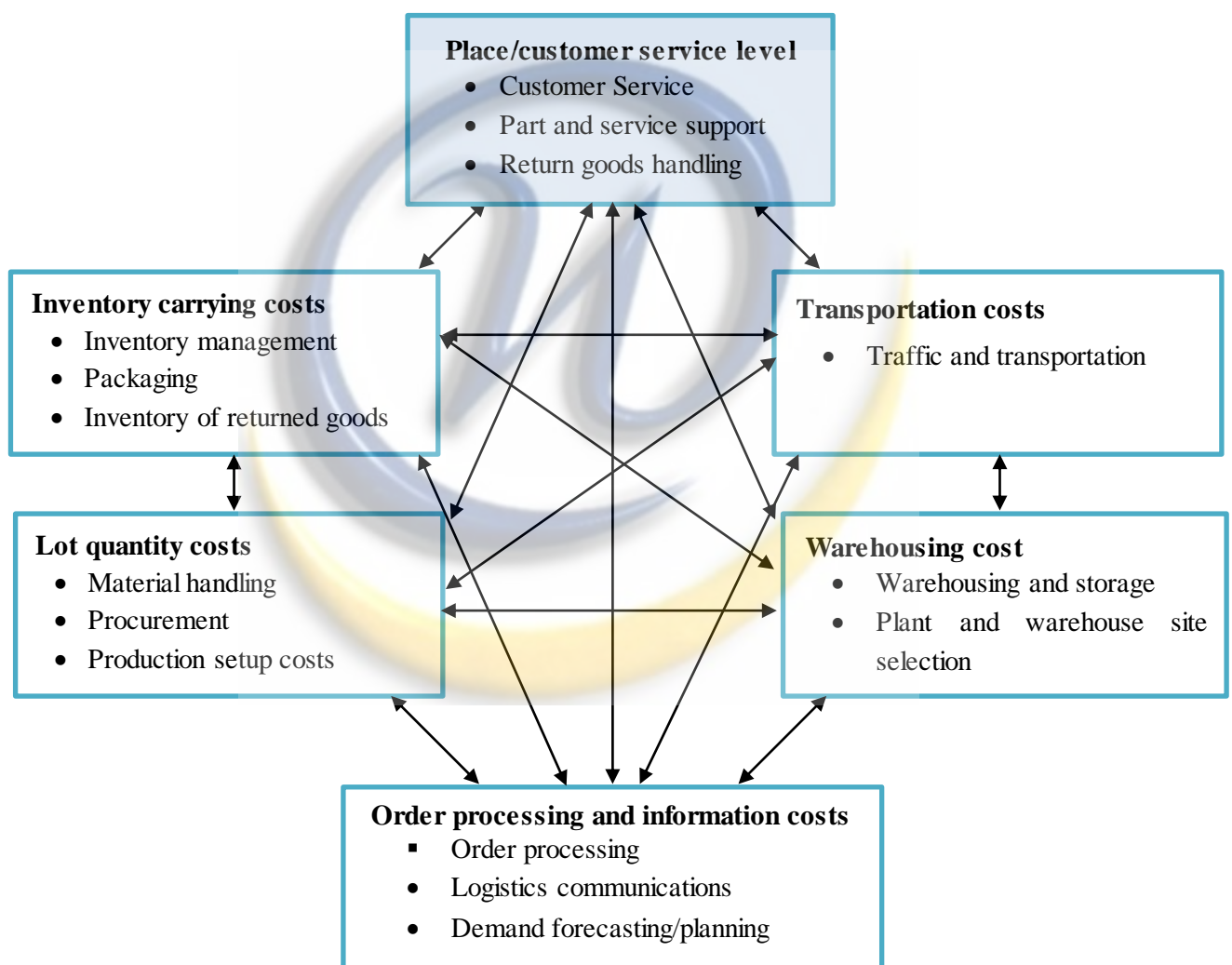
2.1.3.3 Kebijakan Biaya Logistik

Kebijakan adalah peraturan, undang-undang, panduan, regulasi, keputusan, ketetapan.

Kebijakan Logistik adalah proses perencanaan, fasilitas, implementasi, pemantauan, dan pengendalian aliran dan penyimpanan barang dalam dan antar sistem logistik yang dimanfaatkan oleh perusahaan, agen, pemerintah, atau organisasi dengan tujuan meningkatkan keunggulan bersaing, efisiensi, dan berkeadilan.

Menurut **James R. Stock and Douglas M. Lambert** dalam bukunya yang berjudul *“Strategic Logistics Management”* menerangkan bahwa (2001:193) : *Logistics objectives is minimize total costs given the customer service objective where :*

Total Cost = Transportation cost + Warehousing cost + order processing and information cost + lots quantity cost + inventory carrying cost



Gambar 2.1

How logistics activities drive total logistics costs

Sumber : **James R. Stock and Douglas M. Lambert** dalam buku yang berjudul *Strategic Logistics Management fourth ed. (2001:29)*

Berdasarkan pengertian tentang biaya logistik sebelumnya, maka penulis menyimpulkan bahwa kebijakan biaya logistik merupakan seluruh penjumlahan biaya-biaya yang berkaitan dengan alur produk itu sendiri, seperti biaya transportasi, biaya gudang, biaya pemesanan, biaya produksi, dan biaya pengiriman barang. Namun rumus yang telah dipaparkan menurut **James R. Stock** dan **Douglas M. Lambert**, pengukuran tersebut dilihat dari segi perusahaan manufaktur, dikarenakan perusahaan yang diteliti adalah perusahaan dagang rumus tersebut akan disesuaikan dengan data yang diperoleh sehingga biaya yang berhubungan dengan produksi (perusahaan manufaktur) dianggap tidak mempengaruhi total biaya logistik perusahaan dagang.

2.1.4 Transportasi

Dari penjelasan biaya logistik menurut **Lawrence D. Fredendall Ed Hill** bahwa dalam konsepnya untuk meminimumkan total biaya salah satu caranya dengan menurunkan ongkos pengiriman maka diperlukan strategi transportasi untuk membantu perusahaan dalam mencapai tujuan logistik itu sendiri. Sebelum ke penjelasan strategi transportasi, penulis akan memaparkan pengertian transportasi, biaya transportasi, dan strategi transportasi.

2.1.4.1 Pengertian Transportasi

Menurut **Richard B. Chase, Nicholas J. Aquilano, F. Robert Jacobs** (2001:341)

“Transportation Mode is a common and important decision is how an item should be shipped.”

Menurut Suwardjono dalam buku *Akuntansi Pengantar* (1991:31) menjelaskan bahwa

“Transportasi adalah Memindahkan barang secara fisik dari produsen ke konsumen akhir.”

Berdasarkan definisi transportasi diatas maka penulis menyimpulkan bahwa transportasi merupakan pengambilan keputusan perusahaan dalam proses pemindahan barang secara fisik dari tempat asal mula (produsen) dan diakhiri dengan tempat tujuan (konsumen).

2.1.4.2 Biaya Transportasi

Menurut James R. Stock dan Douglas M. Lambert (2001:29) dalam bukunya yang berjudul *“Strategic Logistics Management”* menerangkan bahwa :

“Transportation costs. Expenditures that support transportation viewed in many different ways, depending on the unit of analysis. Costs vary considerably with volume of shipment, weight of shipment, distance, and points of origin and destination”

Berdasarkan definisi biaya transportasi diatas maka penulis menyimpulkan bahwa biaya transportasi akan berubah berdasarkan volume pengiriman, beban pengiriman, jarak, dan point antara tempat asal mula dan diakhiri dengan tempat tujuan.

2.1.4.3 Strategi Transportasi

Setelah penjelasan transportasi dan biaya transportasi maka pembahasan selanjutnya strategi transportasi dari segi pendistribusian, menurut **David Simchi-Levi Philip Kaminsky** (2000:112) terdapat 3 jenis strategy yang dapat diimplementasikan oleh perusahaan seperti :

1. *Direct shipment.*

In this strategy, items are shipped directly from the supplier to the retail stores without going through distribution centers.

2. *Warehousing.*

This is the classical strategy in which warehouses keep stock and provide customers with items as required.

3. *Cross-docking.*

In this strategy, item are distributed continuously from suppliers through warehouse to customers. However the warehouses rarely keep the item for more than 10 to 15 hours.

Berdasarkan penjelasan ketiga jenis strategi transportasi, penulis dapat menyimpulkan bahwa objek penelitian (PB. Setia Abadi Group) mengimplementasikan jenis strategi transportasi *direct shipment* dan *warehousing*.

2.1.5 Gudang (*Warehousing*)

Setelah pemaparan transportasi, salah satu strategi transportasi yang diimplementasikan PB. Setia Abadi Group yaitu *warehousing*. Maka diperlukan penjelasan komponen biaya logistik dari *warehousing cost* itu sendiri yang memiliki keterkaitan dengan penyimpanan barang.

2.1.5.1 Pengertian Gudang

Menurut **James R. Stock dan Douglas M. Lambert** dalam bukunya yang berjudul “*Strategic Logistics Management*” menerangkan bahwa (2001:391):

“Warehousing is used for the storage of inventories during all phases of the logistics process. There are two basic types of inventory exist: (1) raw materials, components, and parts (physical supply); and (2) finished goods (physical distribution)”

Sedangkan menurut **Cecil C. Bozart Robert B. Handfield** (2000:344)

“Warehousing refers any operation that stores, repackages, stages, sorts, or centralizes goods or material. Organizations use warehousing to reduce transportation costs, improve operational flexibility, shorten customer lead times, and lower inventory costs.”

Setelah penjelasan mengenai pengertian gudang dari para ahli maka penulis dapat menyimpulkan bahwa *warehousing* adalah suatu fasilitas yang digunakan untuk penyimpanan barang baik itu barang mentah maupun produk jadi sebelum didistribusikan kepada konsumen dalam rangka mengurangi biaya transportasi, fleksibilitas dari produk, dan mengurangi waktu yang dibutuhkan oleh konsumen akan ketersediaan barang.

2.1.5.2 Biaya Gudang (*Warehousing Cost*)

Menurut **James R. Stock dan Douglas M. Lambert** dalam bukunya yang berjudul “*Strategic Logistics Management*” menerangkan bahwa (2001:29) :

“Warehousing costs are created by warehousing and storage activities, and by the plant and warehouse site selection process. Included are all of the costs that vary due to change in the number or location of warehouses”

Setelah penjelasan mengenai *warehousing cost* maka penulis dapat menyimpulkan bahwa *warehousing cost* adalah proses pemilihan lokasi yang dapat merubah biaya gudang, semakin terdapat penambahan gudang maka akan mengubah biaya gudang itu sendiri.

2.1.5.3 Pola-pola Lokasi Gudang

Menurut **Bawersox** dalam bukunya yang berjudul “**Manajemen Logistik Jilid 2**” (2004:17) Secara logis, ada tiga tipe pola lokasi dalam hal penggunaan gudang, dengan memakai klasifikasi yang dikembangkan oleh Hoover, ketiga tipe ini dikenali sebagai berikut :

- a. Gudang posisi pasar; fungsi dari gudang posisi pasar adalah untuk mengisi kembali persediaan untuk toko-toko eceran dan mengantarkan barang kepada konsumen.
- b. Gudang posisi produksi; dekat dengan pabrik produksi agar dapat bertindak sebagai penghimpun untuk produk yang dibuat diberbagai pabrik.
- c. Gudang posisi antara konsumen langganan dengan pabrik dan mempunyai alasan ekonomis untuk meningkatkan pelayanan terhadap langganan.

2.1.6 *Ordering-Processing/Information Systems Costs*

Menurut **James R. Stock dan Douglas M. Lambert** (2001:29) dalam bukunya yang berjudul “*Strategic Logistics Management*” menerangkan bahwa

“Ordering-Processing/Information Systems Costs are related to activities such as processing customer orders, distribution communication, and demand forecasting.”

Ordering-processing costs include :

- *Order transmittal*
- *Order entry*
- *Order verification*
- *Order handling*
- *Internal and external costs such as notifying carriers and customers of shipping information and product availability.*

Berdasarkan penjelasan *order-processing cost* diatas dapat disimpulkan oleh penulis bahwa *order-processing cost* adalah seluruh aktivitas yang menghasilkan biaya berdasarkan dari proses permintaan konsumen, alur komunikasi distribusi, dan perkiraan permintaan barang. Biaya-biaya tersebut terdiri dari; pengiriman pemesanan, pencatatan pesanan, memastikan pemesanan, penanganan pemesanan dan memberi pemberitahuan akan ketersediaan dari produk

2.1.7 Lot Quantity Costs

Lot quantity costs are due to production and procurement activities.

- *Production setup costs*
- *Capacity lost due to downtime during changeover of line or changeover to a new supplier.*
- *Materials handling, scheduling, and expediting.*
- *Price differentials due to buying in differentials quantities.*

Berdasarkan penjelasan *lot quantity costs* diatas dapat disimpulkan oleh penulis bahwa *lot quantity costs* adalah seluruh aktivitas yang berfokus pada produksi, dan aktivitas pemerolehan yang menghasilkan biaya. Biaya-biaya tersebut terdiri dari; biaya susunan produksi, biaya kehilangan kapasitas, pemeliharaan bahan baku, penjadwalan, dan pengeluaran barang, dan perbedaan harga beli dalam perbedaan kuantitas barang.

2.1.8 Inventory Carrying Cost

Inventory carrying cost include inventory control, packaging, and salvage and scrap disposal. Inventory carrying cost are made up of many elements.

- *Capital cost, or opportunity cost, which is the return that the company could make on the money that it has tied up inventory.*
- *Inventory service cost, which includes insurance and taxes on inventory.*
- *Storage space cost, which includes those warehousing space-related costs that change with the level of inventory.*
- *Inventory risk cost, including obsolescence, pilferage, movement within the inventory system, and damage.*

Berdasarkan penjelasan *inventory carrying cost* diatas dapat disimpulkan oleh penulis bahwa *inventory carrying cost* adalah seluruh aktivitas yang berkaitan dengan pengontrolan persediaan, pengepakan, dan menyimpan sisa penyelesaian barang. Biaya-biaya tersebut terdiri dari; biaya modal, biaya pelayan persediaan, biaya ketersediaan gudang, dan biaya risiko persediaan.

2.1.9 Hubungan antara Logistik dan Harga Pokok Penjualan

Menurut **James R. Stock dan Douglas M. Lambert** dalam bukunya yang berjudul *“Strategic Logistics Management”* menerangkan bahwa (2001:7)

“In order for a firm to be successful, any marketing effort must integrate the ideas of having the right product, at the right price, combined with the right promotion, and available in the right place (distribution). Logistics plays a critical role, particularly in support of getting the product to the right place. Achieving customer satisfaction requires an integrated effort both internally and external. It is important to understand that a central goal of an organization is to maximize long-term profitability and reducing the overall total cost of activities within a system.”

Berdasarkan pemaparan diatas, menjelaskan bahwa sebuah perusahaan dapat dikatakan berhasil dengan melibatkan pemasaran dalam memilih produk, penetapan harga yang tepat, menggabungkan promosi dan pemilihan tempat yang tepat. Dari keempat element pemasaran tersebut akan menghasilkan kepuasan pelanggan dimana logistik bertujuan agar menurunkan total biaya yang pantas diterima atas pelayanan konsumen. Pelayanan konsumen dapat meningkat ketika kepuasan pelanggan terpenuhi. Sehingga tujuan perusahaan akan tercapai ketika perusahaan dapat menetapkan strategi logistik yang tepat (mengurangi biaya logistik) agar memaksimumkan keuntungan bagi perusahaan.

2.1.10 Harga Pokok Penjualan (Cost of goods sold)

Penjelasan poin-poin sebelumnya dari manajemen logistik, biaya logistik dan strategi pendistribusian berkaitan dengan Harga pokok penjualan yang akan ditetapkan oleh perusahaan untuk memperlancar kegiatan bisnisnya itu sendiri.

Menurut **Warren, James M. Reeve, Philips E Fess** dalam bukunya Accounting (2006:301) :

“Harga Pokok Penjualan adalah harga barang yang terjual ke konsumen.”

Menurut **Cecil C. Bozarth, Robert B. Handfield** dalam buku **“Introduction Operation and Supply Chain Management”** (2005:295) :

“Cost of goods sold is the cost of goods purchased from outside supplier.”

Tabel 2.1
Perhitungan Harga Pokok Penjualan

Persediaan barang dagang, Januari			xxxxxx
Pembelian		xxxxxx	
Dikurangi : Retur dan potongan pembelian	xxxxxx		
Diskon pembelian	<u>xxxxxx</u> +	<u>xxxxxx</u> -	
Pembelian bersih		xxxxxx	
Ditambah transportasi masuk		<u>xxxxxx</u> +	
Harga pokok barang dibeli			<u>xxxxxx</u> +
Barang dagang tersedia dijual			xxxxxx
Dikurangi persediaan barang dagang, Desember			<u>xxxxxx</u> -
Harga pokok penjualan			xxxxxx

Sumber : **Warren, James M. Reeve, Philips E Fess** dalam bukunya Accounting-
Pengantar Akuntansi (2006:302)

2.1.11 Penelitian Terdahulu

No	Nama dan Tahun Penelitian	Judul	Variabel	Hasil
1	Maria Margaretha, 2015	Rancangan Sistem Distribusi pada CV Putra-Putri Jombang	✓ Sistem distribusi ○ <i>Cross docking</i> ○ <i>Direct shipment</i> ○ <i>Warehousing</i>	Jumlah biaya distribusi yang dikeluarkan oleh perusahaan dengan strategi <i>cross docking</i> Rp. 43.163.925, namun setelah di analisis apabila perusahaan menggunakan strategi <i>direct shipment</i> biaya distribusi yang harus dikeluarkan sebesar Rp. 29.424.000 namun akan lebih efisien apabila perusahaan menggunakan strategi <i>warehousing</i> dengan biaya logistik sebesar Rp. 28.133.300

2.2 Kerangka Pemikiran

