



Rancang Bangun Kebutuhan Material pada Perusahaan Mega Karya Estetika

Garry Julius Permana¹, Bakti Siregar²

Universitas Matana, Banten, Indonesia

garryjuliuspermana@gmail.com

Abstrak:

Perusahaan Mega Karya Estetika adalah perusahaan Interior yang sedang berkembang dan memiliki nilai tersendiri dengan fokus utama menyajikan “konsep” sebagai acuan design sehingga mampu menciptakan tatanan interior rumah yang memiliki kenyamanan bagi penghuninya. Sebagai sebuah perusahaan yang sedang berkembang tentunya dibutuhkan Laporan ini dibuat sebagai bahan pengambilan keputusan untuk mengevaluasi kinerja hasil pekerjaan proyek dengan proyek sebelumnya. Prosesnya dimulai dengan pencatatan pembelian dan kedatangan barang ke workshop. Setelah menerima barang, dilakukan input data stok ke dalam database. Selanjutnya, dicatat pemakaian barang dan pengeluarannya dari stok dalam database. Pada akhir bulan, disusun laporan pembelian atau penggunaan barang untuk proyek tertentu, serta laporan keseluruhan penggunaan barang pada akhir proyek. Laporan tersebut lalu diberikan kepada pihak keuangan dan audit sebagai bahan evaluasi suatu proyek. Hasil evaluasi ini menjadi dasar untuk perbaikan dan peningkatan di masa mendatang.

Kata Kunci: Material, Desain Interior, Evaluasi Proyek, Pengelolaan Stok

Abstract:

Mega Karya Estetika is a growing interior design company with a unique value proposition, focusing primarily on presenting "concepts" as design guidelines to create comfortable home interiors for its inhabitants. As a developing company, it is essential to prepare this report as a basis for decision-making to evaluate the performance of project results compared to previous projects. The process begins with recording purchases and the arrival of goods at the workshop. After receiving the goods, stock data is input into the database. Next, the usage and issuance of goods from stock are recorded in the database. At the end of the month, a report on the purchase or use of goods for specific projects, as well as an overall usage report at the end of the project, is compiled. These reports are then submitted to the finance and audit departments for project evaluation. The results of this evaluation serve as a foundation for future improvements and enhancements.

Keywords: Materials, Interior Design, Project Evaluation, Stock Management

Pendahuluan

Industri desain interior mengalami perkembangan pesat seiring dengan meningkatnya permintaan untuk ruang yang estetis dan fungsional (Amalia & Rachmaniyah, 2021). Perusahaan yang bergerak di bidang ini dituntut untuk tidak hanya menyediakan desain yang menarik tetapi juga memastikan kualitas dan ketepatan waktu dalam pengiriman produk. Manajemen kebutuhan material menjadi aspek krusial yang mempengaruhi keberhasilan proyek desain interior. Menurut Widyanti (2018), menyebutkan bahwa industri desain interior mencakup segala aspek perancangan, perencanaan, dan pelaksanaan ruang dalam yang bertujuan meningkatkan fungsi dan estetika ruang tersebut. Dalam konteks ini, perusahaan perlu mengembangkan sistem pengelolaan material yang efisien untuk mendukung operasional mereka (Istiqomah et al., 2023).

Divisi Logistik dalam konteks perusahaan mengacu pada bagian dari organisasi yang bertanggung jawab atas perencanaan, implementasi, dan pengendalian aliran barang, jasa, dan informasi dari titik asal hingga titik konsumsi. Fungsi utama dari divisi logistik meliputi manajemen rantai pasokan, pengelolaan inventaris, transportasi, pergudangan, dan distribusi (Irawan et al., 2024);(Suarna et al., 2022).

Dalam jurnal *"Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology"* yang diterbitkan pada tahun 2020, disebutkan bahwa logistik memainkan peran penting dalam efisiensi operasional perusahaan dengan memastikan bahwa barang dan jasa tersedia tepat waktu dan dalam kondisi yang baik. Definisi ini juga didukung dalam jurnal *"A Review of Tuhiwai-Smith's Decolonizing Methodologies"* (Lee & Evans, 2022), di mana disebutkan bahwa divisi logistik harus bekerja sama dengan berbagai departemen lain untuk memastikan kelancaran aliran produk dan informasi

Perusahaan Mega Karya Estetika, sebagai perusahaan industri yang berkembang, mengkhususkan diri dalam pembuatan interior untuk berbagai jenis properti, termasuk tempat tinggal perumahan, apartemen, kantor, dan toko retail (Kamil, 2015). Dengan fokus utama pada konsep. PT Mega Karya Estetika menyediakan layanan desain sebelum pembangunan, memungkinkan klien untuk memiliki visi yang jelas sebelum pembuatan interior sesuai dengan konsep yang disetujui. Keunggulan perusahaan juga terletak pada pelayanan pelanggan yang ditekankan melalui penawaran layanan pemeliharaan, memastikan penanganan segera terhadap kerusakan yang mungkin terjadi selama pengiriman, pemasangan, atau permintaan perbaikan barang (Spillane, 2021). Perusahaan ini terbagi menjadi dua departemen, yaitu CPM Interior, yang fokus pada pencarian klien, penawaran, keuangan, dan pembuatan desain interior; dan departemen ada Interior, yang bertanggung jawab untuk membuat barang interior berdasarkan desain dari CPM Interior, mengurus pembelian material, pengecekan kualitas barang, pengiriman, dan pemasangan.

Manajemen material merupakan bagian penting dari manajemen rantai pasokan yang melibatkan perencanaan, pengendalian, dan pengadaan material yang dibutuhkan untuk memproduksi barang atau jasa (Purwaningsih et al., 2021);(Irawan et al., 2024). Fungsi utama dari manajemen material meliputi identifikasi kebutuhan material, pemesanan, penyimpanan, dan distribusi material tersebut kepada berbagai unit

produksi atau pengguna akhir dalam organisasi. Sistem yang terstruktur ini tidak hanya meningkatkan akurasi dan efisiensi operasional, tetapi juga mendukung pengambilan keputusan yang lebih baik melalui laporan bulanan dan akhir proyek. Evaluasi kinerja proyek yang dilakukan berdasarkan laporan-laporan ini membantu perusahaan dalam mengidentifikasi area untuk perbaikan dan inovasi, memastikan bahwa Mega Karya Estetika dapat terus bersaing di pasar yang kompetitif.

Dengan pendekatan yang komprehensif dalam pengelolaan kebutuhan material, Mega Karya Estetika mampu menyediakan solusi interior yang berkualitas tinggi dan tepat waktu. Hal ini memperkuat posisi perusahaan sebagai penyedia layanan desain interior yang andal dan inovatif, yang selalu mengutamakan kepuasan pelanggan dan kualitas produk (Chasanah, 2019).

Metode

Metode Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data kuantitatif deskriptif. Data kuantitatif diperoleh dari data pemakaian material perusahaan Mega Karya Estetika dalam rentang waktu September 2022 – Desember 2023. Data ini dikumpulkan dan diambil dari database yang di input oleh perusahaan

Data kuantitatif yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan metode statistik deskriptif. Metode statistik deskriptif yang digunakan meliputi:

- Persentase: Digunakan untuk menunjukkan proporsi penggunaan material dalam total penggunaan material.
- Rata-rata: Digunakan untuk menunjukkan nilai rata-rata penggunaan material dalam rentang waktu tertentu.
- Perbandingan: Digunakan untuk menunjukkan variabilitas penggunaan material dalam rentang waktu tertentu.

Hasil analisis data digunakan untuk:

- Mengidentifikasi material yang paling banyak dibeli dan digunakan.
- Menganalisis harga material.
- Membuat interpretasi tentang kebutuhan material perusahaan di masa depan.
- Merumuskan kesimpulan tentang barang apa yang paling dibutuhkan.

Hasil dan Pembahasan

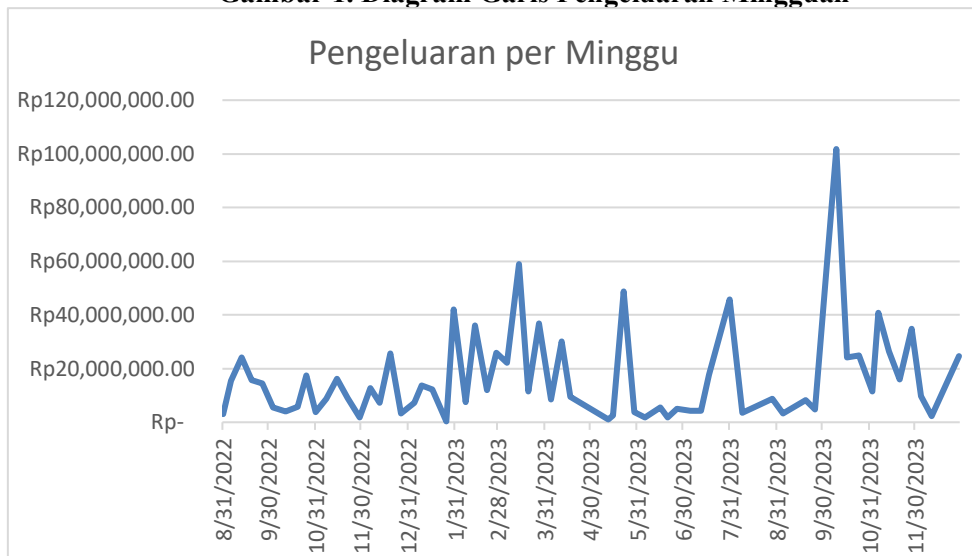
Analisis yang akan dilakukan pada bagian ini merupakan analisis data dari laporan yang telah dibuat sebelumnya, dan dilakukan sebagai penunjang data saat dibutuhkan. Data yang digunakan pada analisis ini memuat skala yang lebih besar dengan data yang dipakai lebih dari 1 tahun.

Analisis ini dilakukan secara terpisah dari laporan bulanan dengan tujuan agar mendapatkan hasil yang lebih baik dan lebih akurat dalam menyampaikan informasi terkait pengeluaran secara keseluruhan. Berikut merupakan beberapa analisis tambahan diperlukan

- a. Menghitung Total Pengeluaran mingguan dan bulanan

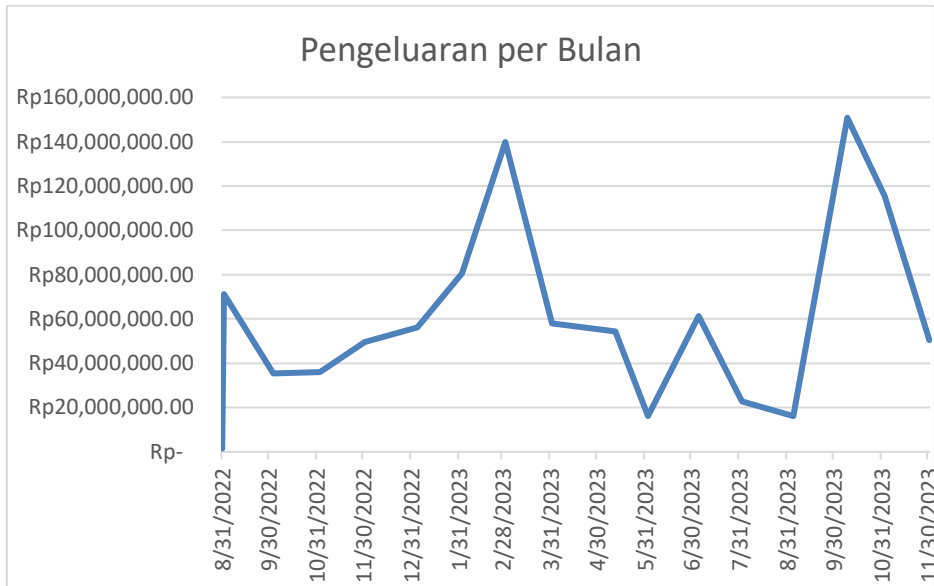
- Membandingkan pengeluaran pada tiap mingguannya dengan tiap bulannya
- Menghitung total pengeluaran setiap mingguannya
total pengeluaran dari bulan agustus 2022 – desember 2023 dengat total sebanyak 62 minggu. Lalu jika dibuatkan visualisasinya kedalam diagram garis maka

Gambar 1. Diagram Garis Pengeluaran Mingguan



Dapat terlihat pada gambar 1. merupakan visualisasi yang menggambarkan pengeluaran pembelian material secara mingguan dengan rata-rata pengeluaran setiap minggunya adalah Rp16.383.932,00

- Menghitung total pengeluaran setiap bulannya
Pada tabel 4.1 merupakan tabel dari total pengeluaran dari bulan agustus 2022 – desember 2023 dengat total tercatat sebanyak 17 bulan. Lalu dibuatkan visualisasinya dari tabel 4.1 kedalam diagram garis maka



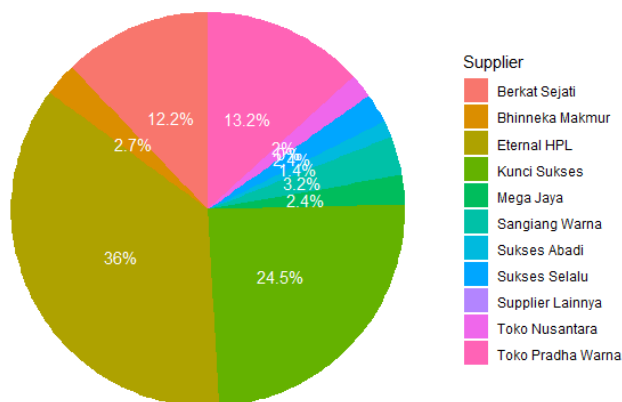
Gambar 2. Diagram Garis Pengeluaran Bulanan

Dapat terlihat pada gambar 2. merupakan visualisasi yang menggambarkan pengeluaran pembelian material secara bulanan dengan rata-rata pengeluaran setiap bulannya adalah Rp59.743.752,00

Didapatkan dari gambar 1 dan gambar 2 total pembelian dari bulan 31 agustus 2022 hingga 29 desember 2023 sebesar Rp1.015.643.785,00. Keseluruhan data ini sudah disesuaikan dengan keseluruhan data yang tercatat pada database.

Dengan melihat kedua diagram pada gambar 1 dan gambar 2 dapat disimpulkan bahwa pembelian tertinggi tercatat pada awal bulan oktober dengan pembelian pada minggu pertama mencapai Rp101.636.500,00. Sehingga pada bulan tersebut

b. Supplier



Gambar 3. Diagram Pie untuk Nama Supplier

Dari diagram pada gambar 3 dapat diketahui supplier utama yang sering digunakan oleh PT Mega Karya Estetika dalam memperoleh bahan material. Dapat diketahui terdapat 3 supplier besar yang digunakan oleh perusahaan yaitu:

- Toko Eternal HPL dengan tingkat pembelian sebesar 36%.
- Toko Kunci Sukses dengan tingkat pembelian sebesar 24,5%
- Toko Pradha Warna dengan tingkat pembelian sebesar 13,2%
- Toko Berkat Sejati dengan tingkat pembelian sebesar 12,2%

Sedangkan terdapat Toko Bhinneka Makmur, Sukses Selalu, Sangiang Warna, Mega Jaya, Toko Nusantara, dan Sukses Abadi dengan tingkat pembelian diantara 1-3%, sedangkan untuk toko lainnya dibawa 1%.

c. Analisis Pembelian Material

- Menghitung total beli keseluruhan barang dan jumlah belinya

Dari rentang waktu yang sama dengan sebelumnya dihitung untuk total jumlah pembelian selama ini dengan total pengeluaran untuk membeli material tersebut. Untuk menghitung total pembelian dan total harga digunakan fungsi “Sum” untuk menghitung keseluruhan total data

Tabel 1 Barang Dengan Total Pembelian Terbanyak

Nama Material	Harga Satuan	Total Pembelian	Total Harga
Triplek 9mm	Rp124.000,00	422	Rp52.328.000,00
Engsel Sendok Huben Slow Motion (lurus AP 0)	Rp18.000,00	225	Rp4.050.000,00
Edging TE 002 AA4.2 cm	Rp6.000,00	222	Rp1.332.000,00
Triplek 18mm	Rp191.000,00	221	Rp49.946.000,00
Veneer 200cm	Rp1.000,00	200	Rp24.684.000,00

Dari Tabel 1 dapat terlihat 5 barang dengan total pembelian terbanyak, yaitu: Triplek 9mm, Engsel Sendok Huben Slow Motion (lurus AP 0), Edging TE 002 AA4.2 cm, Triplek 18mm, dan Veneer 200cm.

- Menghitung Rata-rata Pemakaian dari Seluruh Bulan dan Frekuensi Pembelian

Selanjutnya menghitung rata-rata pembelian dan frekuensi pembelian. Rata-rata pembelian berfungsi untuk mendapatkan perkiraan kebutuhan material tertentu untuk setiap bulannya. Sedangkan untuk frekuensi pembelian untuk mengetahui seberapa sering material tersebut dibeli dalam rentang bulanan (Florentina, 2023).

Untuk menghitung Frekuensi pembelian dapat menggunakan fungsi “Counta” untuk menghitung tabel manakah yang memiliki data dan tidak memiliki data. Lalu untuk menghitung rata-rata dapat menggunakan fungsi “Average”.

Tabel 2 Barang Dengan Frekuensi Pembelian Terbanyak

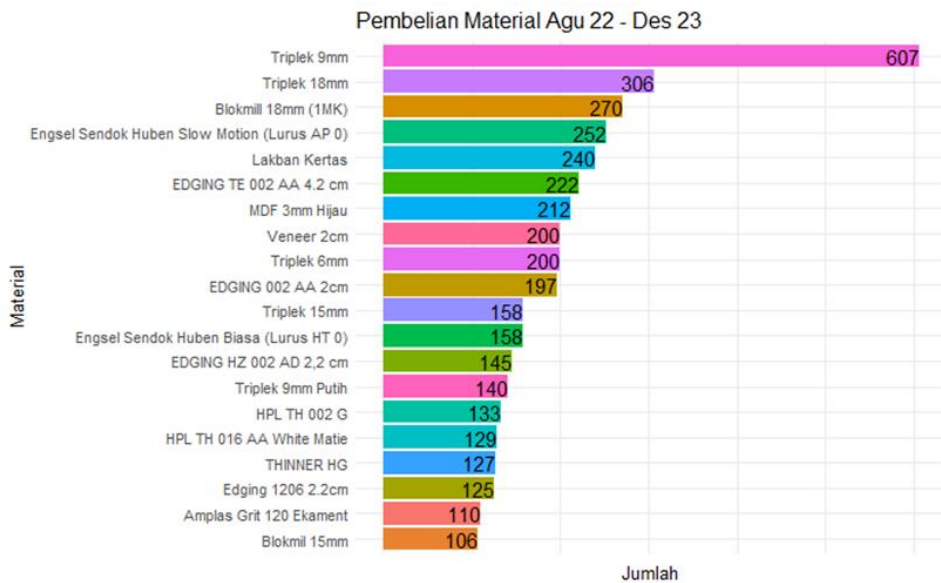
Nama Material	Harga Satuan	Total Pembelian	Total Harga	Frekuensi Pembelian	Rata-rata
Triplek 9mm	Rp124.000,00	422	Rp52.328.000,00	14	30
Single Face	Rp230.000,00	39	Rp8.979.000,00	14	3
Triplek 18mm	Rp226.000,00	221	Rp49.946.000,00	13	17
Mata Router Tiger 10mm Polos	Rp70.000,00	37	Rp2.590.000,00	13	3
Mata Router Cuanmu 10 mm Roda	Rp78.000,00	34	Rp2.652.000,00	11	3

Dalam rentang waktu agustus 2022 – Desember 2023 atau 17 bulan, dari gambar tersebut dapat diketahui bahwa 5 material diatas merupakan material yang paling sering digunakan. Salah satunya adalah triplek 9mm dengan frekuensi pembelian paling banyak sebanyak 14 bulan dengan rata-rata kebutuhan pembelian sebanyak 30 lembar. 5 Material diatas menandakan bahwa 5 material tersebut merupakan material yang sering dibutuhkan dalam membuat barang *interior*.

Dari Tabel 2 juga dapat diketahui bahwa material seperti Engsel Sendok Huben Slow Motion (lurus AP 0), Edging TE 002 AA4.2 cm, dan Veneer 2cm yang ada di Tabel 4.3, merupakan barang yang dibeli saat kebutuhan proyek tertentu dan dibeli dalam skala yang cukup banyak sedangkan Triplek 9mm dan Triplek 18mm merupakan material umum yang dibutuhkan untuk semua Proyek.

Namun tabel 1 dan 2 tidak merepresentasikan keseluruhan pembelian material, dengan contoh pada triplek 9mm dapat memiliki jumlah pembelian yang lebih dari 422 lembar. Hal ini dikarenakan adanya perbedaan harga yang menjadi pemisah antar material tersebut. Sehingga pada tabel 1 dan 2 hanya menunjukkan pembelian triplek 9mm terbanyak dengan harga satuannya yaitu Rp124.000,00.

Maka dilakukan visualisasi jumlah material tersebut menggunakan aplikasi R.

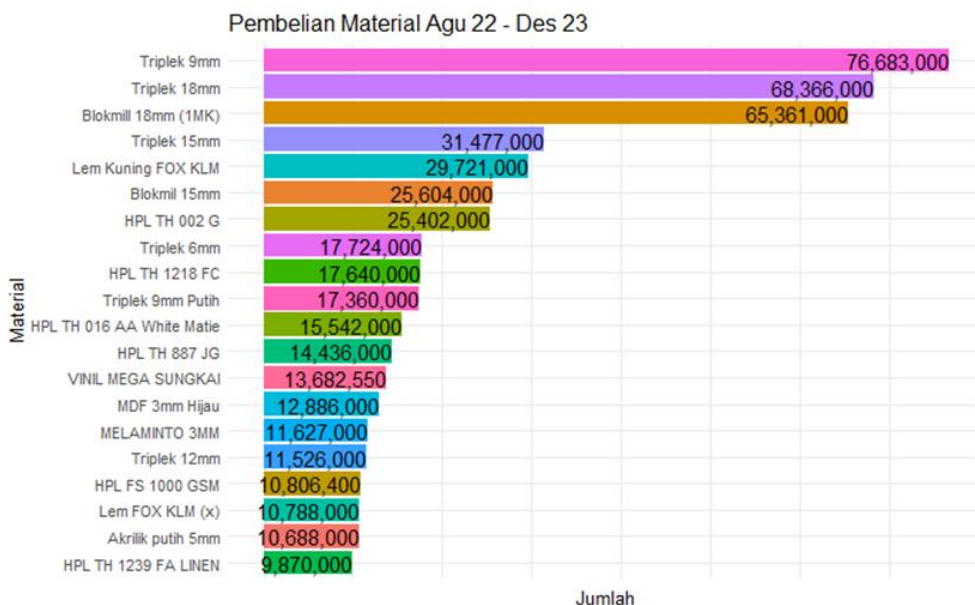


Gambar 4. Diagram Batang Total Pemakaian Material

Dengan menggunakan R kita dapat memproyeksikan pembelian material yang lebih sesuai dan akurat, dikarenakan pada penggunaan data excel, data material yang sama dapat dipisahkan dikarenakan adanya perbedaan harga pada saat pembelian. Sedangkan dengan menggunakan R data pembelian tersebut disatukan untuk melihat total keseluruhan dari pembelian barang tersebut (Septian & Leksono, 2018).

Dari gambar 4 dapat terlihat bahwa material triplek 9mm mengalami perubahan jumlah pemakaian menjadi 607 lembar setelah digabungkan.

- Pengeluaran material terbanyak

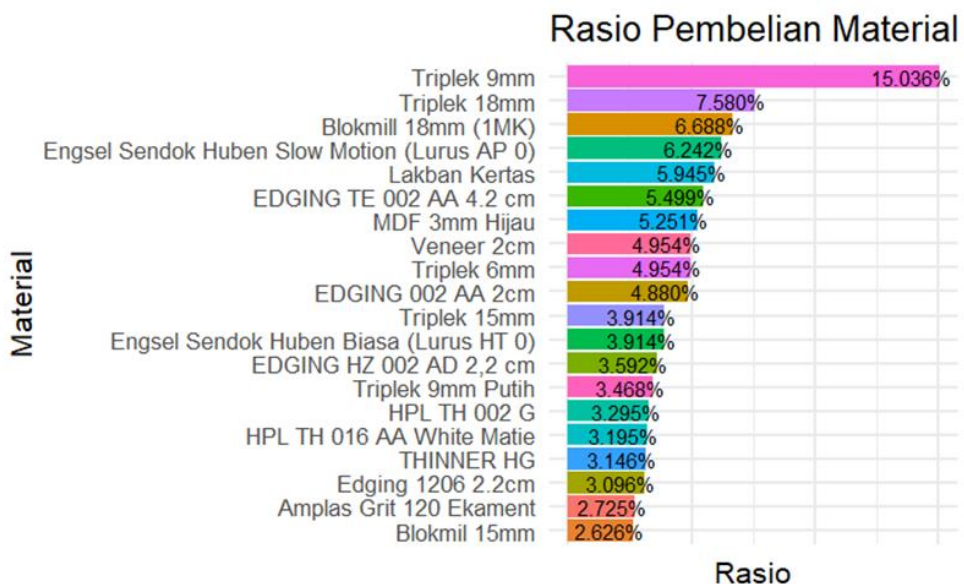


Gambar 5. Diagram Batang Total Pengeluaran Material

Lalu dibuat visualisasi dengan mengumpulkan total pengeluaran yang dibutuhkan untuk membeli material tersebut. Dapat terlihat pada Gambar 4.13 terdapat visualisasi untuk 20 material dengan pengeluaran terbesar, dengan Triplek 9mm menjadi material dengan pengeluaran terbanyak.

- Rasio Kebutuhan material

Selanjutnya adalah melakukan perhitungan rasio kebutuhan material. Dengan menghitung rasio ini kita dapat melihat dari kesuruhan material yang telah digunakan, material apakah yang memiliki tingkat pembelian yang tinggi namun memiliki pengeluaran yang tinggi juga. Dengan menghitung rasio maka dapat terlihat tingkat kebutuhan dari material tersebut.



Gambar 6. Diagram Batang Rasio Pembelian Material

Dapat terlihat pada gambar 6 bahwa triplek 9mm memiliki rasio pembelian paling besar dari keseluruhan total pengeluaran yang ada diikuti oleh triplek 18mm, Engsel sendok, lakban kertas, dan edging.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah diperoleh bahwa, pertama pengeluaran yang dilakukan oleh perusahaan rata-rata berada pada kisaran Rp59.743.752,00 dengan pengeluaran tertinggi yang pernah terjadi mencapai Rp101.636.500,00.

Dengan mengetahui hal ini, perusahaan diharapkan memberikan anggaran yang tepat, sesuai, dan mencukupi. Sehingga pengeluaran dapat menjadi lebih teratur sekaligus mitigasi jika pengeluaran yang dibutuhkan ternyata lebih besar dari yang direncanakan.

Selain itu dari visualisasi yang telah dilakukan dapat terlihat bahwa tingginya kebutuhan akan material kayu terutama triplek dengan ukuran 9mm sampai 18mm. Dengan mengetahui hal ini diperlukan adanya pembuatan stok minimal pada material tersebut, sehingga kebutuhan akan material tersebut dapat terpenuhi.

Diharapkan analisis ini dapat digunakan sebagai bahan acuan dalam pengelolaan material pada perusahaan lain dan menjadi bahan evaluasi bagi perusahaan mega karya estetika.

Daftar Pustaka

- Amalia, M. P., & Rachmaniyah, N. (2021). Desain Interior Gloria Textile Berkonsep Modern Komunikatif untuk Meningkatkan Efektifitas Kegiatan Pengguna. *Jurnal Sains Dan Seni ITS*, 9(2). <https://doi.org/10.12962/j23373520.v9i2.56880>
- Chasanah, U. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Cafe Waroeng Pisa Purwokerto, Banyumas. IAIN Purwokerto.
- Florentina, J. K. (2023). Pengaruh Daya Tarik Iklan Dan Frekuensi Penayangan Di Konvergensi Media Terhadap Minat Beli (Studi Iklan Traveloka Di Youtube Pada Kalangan Gen Z Di Bandar Lampung).
- Irawan, I., Subawa, S., Suprayitno, D., Suharyanto, S., Herlina, R. L., Ibrahim, H., Fitriyana, F., Suhardi, A. R., & Komala, A. L. (2024). Buku Ajar Manajemen Rantai Pasok. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Istiqomah, P. S., Nandita, W. V., & Sayekti, N. P. (2023). Pengaruh Implementasi Konsep Just-in-Time terhadap Efisiensi Operasional dan Pengendalian Biaya di Perusahaan Manufaktur (Studi Kasus PT Waskita Karya Tbk). *Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(6).
- Kamil, R. (2015). Mengubah dunia bareng-bareng. Mizan Kaifa.
- Lee, E., & Evans, J. (2022). Ringing out beautiful and clear: indigenous women's voices and the legacy of Linda Tuhiwai Smith's decolonizing methodologies. *LSE Review of Books*.
- Purwaningsih, R., Ibrahim, C. N., & Susanto, N. (2021). Analisis Dan Mitigasi Risiko Rantai Pasok Pada Pengadaan Material Produksi Dengan Model House of Risk (Hor) Pada Industri Pulp. *MIX: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 11(01), 349337.
- Septian, M. D., & Leksono, A. B. (2018). Dasar Manajemen Desain. Universitas Brawijaya Press.
- Spillane, J. J. (2021). Managing Quality Customer Service: Pelayanan yang Berkualitas.

Sanata Dharma University Press.

Suarna, I. F., Sesario, R., Khasanah, S. P., Kom, M., Juhara, I. S., Abdul Munim, S. E., Zaena, R. R., Saefullah, A., S HI, M. M., & Bekt Setiadi, S. E. (2022). Manajemen Logistik. Cendikia Mulia Mandiri.

Widiyanti, C. T. (2018). Spatial Design Analysis dalam Proses Perencanaan dan Perancangan Interior. Idealog: Ide Dan Dialog Desain Indonesia, 3(2), 62–76.