

INTISARI

Manajemen rantai pasok diperlukan dalam sebuah *corporate chain store*, terutama untuk meningkatkan daya saing. Penerapan manajemen rantai pasok yang kurang baik akan menimbulkan beberapa masalah, salah satunya adalah *stock out* dan *overstock* pada persediaan. Permasalahan tersebut dapat dihindari dengan pengalokasian produk yang efektif. Pada tulisan ini, dilakukan penelitian mengenai sistem distribusi terpusat dimana gudang pusat sepenuhnya mengatur persediaan di masing-masing cabang *chain store* selaku *point of sales*.

Metode tradisional yang digunakan dalam mencari alternatif solusi alokasi distribusi produk adalah sistem dorong. Metode ini menentukan alokasi berdasarkan pada peramalan akumulasi. Peramalan akumulasi merupakan peramalan penjualan pada masing-masing lokasi penjualan. Selain sistem dorong, pendekatan yang dapat digunakan adalah logika kabur, karena rantai pasok merupakan kegiatan yang selalu diikuti oleh ketidakpastian, baik dari aliran material, arus informasi, atau hubungan penjual dengan pembeli di mana semuanya saling mempengaruhi. Dalam penelitian ini, sistem inferensi yang akan digunakan adalah sistem inferensi Mamdani. Masukan untuk model logika kabur adalah biaya transportasi, biaya simpan, dan kontribusi penjualan, sedangkan keluaran dari model ini adalah solusi alokasi. Tujuan dari penelitian ini adalah menentukan alokasi produk yang optimal dan membandingkan antara kedua metode tersebut dengan indikator pembandingan *gross profit*.

Solusi optimal alokasi distribusi produk dihasilkan oleh pendekatan sistem dorong, dimana *gross profit* yang diperoleh adalah Rp 166.968.735 selama tiga bulan. Pendekatan logika kabur yang memberikan solusi optimal adalah model dengan *linguistic terms* masukan dan keluaran masing-masing adalah dua, di mana fungsi keanggotaan masukan adalah trapesium dan fungsi keanggotaan keluaran adalah zmf dan smf. *Gross profit* yang diperoleh dengan pendekatan tersebut adalah Rp 166.814.361 selama tiga bulan.

Kata kunci: Logika Kabur, Sistem Dorong, Manajemen Rantai Pasok, *Corporate Chain Store*, Alokasi Distribusi Produk