Akuntansi Pajak dan Kebijakan Ekonomi Digital
Volume. 3, Nomor. 1, Februari 2026
e-ISSN: 3046-8132; p-ISSN: 3046-868X, Hal 91-98
DOI: https://doi.org/10.61132/apke.v2i4.1821
Tersedia: https://ejournal.areai.or.id/index.php/APKE

Analisis Efektivitas Alur Logistik Inbound dan Strategi Alokasi Persediaan Omnichannel (Online & Offline) di Heybeb Factory Outlet

Putri Restoening Muslimah*
Program Studi Manajemen Ritel, Fakultas Ilmu Pendidikan dan Pengetahuan Sosial, Universitas Indraprasta PGRI, Indonesia
**Penulis Korepondensi: putrimuslimah@gmail.com*

Abstract. *In the fast-moving fashion retail industry, supply chain efficiency is a key factor in operational success. Heybeb Factory Outlet, as one of the retail business actors, faces challenges in managing the flow of goods from upstream to downstream, particularly in balancing demand between* offline *(physical stores) and* online *(e-commerce/marketplace) channels. This proposal aims to design and analyze the logistics workflow starting from goods ordering (restocking) from the central warehouse, the goods receiving process, rigorous Quality Control (QC) procedures, storage in a dedicated transit warehouse, and the stock distribution mechanism (stock split) for the two sales channels. The main issues identified include the risk of overselling in one channel while stock accumulation occurs in another, as well as the potential for defective items to pass through due to an unstructured QC process. This study employs a descriptive qualitative approach by mapping out an ideal Standard Operating Procedure (SOP). The expected outcome is the development of an integrated inventory management system capable of minimizing return rates caused by defective items and maximizing inventory turnover through accurate stock allocation between* online *and* offline *divisions.*

Keywords: *Heybeb Factory Outlet; Inbound Logistics; Omnichannel; Quality Control; Warehouse Management*

Abstrak. Dalam industri ritel mode yang bergerak cepat (*fast fashion*), efisiensi rantai pasok merupakan kunci keberhasilan operasional. Heybeb Factory Outlet sebagai salah satu pelaku usaha ritel menghadapi tantangan dalam mengelola arus barang dari hulu ke hilir, khususnya dalam menyeimbangkan permintaan pasar offline (toko fisik) dan online (*e-commerce*/*marketplace*). Proposal ini bertujuan untuk merancang dan menganalisis alur logistik yang dimulai dari pemesanan barang (*restock*) dari gudang pusat, proses penerimaan barang, tahapan *Quality Control* (QC) yang ketat, penyimpanan dalam gudang transit khusus, hingga mekanisme pembagian stok (*stock split*) untuk dua saluran penjualan. Masalah utama yang diidentifikasi adalah risiko terjadinya *overselling* di satu saluran sementara terjadi penumpukan stok di saluran lain, serta potensi lolosnya barang cacat (*defect*) akibat proses QC yang kurang terstruktur. Penelitian ini akan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan memetakan *Standard Operating Procedure* (SOP) yang ideal. Hasil yang diharapkan adalah terciptanya sistem manajemen persediaan terintegrasi yang mampu meminimalkan *return rate* akibat barang cacat dan memaksimalkan perputaran inventaris melalui alokasi stok yang akurat antara divisi online dan offline.

Kata kunci: Heybeb Factory Outlet; Logistik Inbound; Manajemen Gudang; Omnichannel; *Quality Control*

1. LATAR BELAKANG

Perkembangan industri *factory outlet* (FO) di Indonesia telah mengalami pergeseran paradigma yang signifikan. Jika dahulu FO hanya mengandalkan kunjungan fisik konsumen untuk berbelanja sisa ekspor atau barang bermerek dengan harga miring, kini integrasi dengan teknologi digital menjadi sebuah keharusan. Heybeb Factory Outlet, sebagai entitas bisnis yang sedang berkembang, menyadari bahwa pola konsumsi pelanggan telah terpecah ke dalam dua kanal utama: pengalaman belanja langsung di toko (offline) dan kemudahan belanja melalui *marketplace* atau media sosial (online).

Namun, tantangan terbesar dalam menjalankan model bisnis *hybrid* atau omnichannel ini terletak pada "jantung" operasionalnya, yaitu logistik dan manajemen persediaan. Berbeda dengan toko konvensional yang hanya memajang barang di rak, Heybeb Factory Outlet harus

Naskah Masuk: 21 September 2025; Revisi: 19 Oktober 2025; Diterima: 28 November 2025; Terbit: 30 November 2025

mengelola arus barang yang kompleks. Barang yang dipesan dari gudang pusat (*Central Warehouse*) sering kali datang dalam jumlah besar (*bulk*) dengan kondisi yang bervariasi. Tanpa adanya sistem penyaringan atau *Quality Control* (QC) yang ketat saat barang tiba (inbound), risiko komplain pelanggan akan meningkat, terutama pada penjualan online di mana pelanggan tidak bisa melihat fisik barang secara langsung.

Lebih lanjut, setelah barang dinyatakan lolos QC dan masuk ke gudang penyimpanan khusus, tantangan berikutnya adalah alokasi. Sering terjadi fenomena di mana stok di toko fisik kosong padahal permintaan tinggi, sementara stok di gudang online menumpuk, atau sebaliknya. Ketidakakuratan dalam membagi (*splitting*) persediaan ini mengakibatkan *lost sales* (kehilangan potensi penjualan) dan *dead stock* (stok mati).

Oleh karena itu, diperlukan sebuah kajian mendalam mengenai alur logistik dari hulu (pemesanan dari pusat) hingga hilir (alokasi stok). Penelitian ini akan menganalisis bagaimana Heybeb Factory Outlet dapat mengoptimalkan proses penerimaan barang, memperketat standar QC, dan menerapkan algoritma atau kebijakan pembagian stok yang efektif antara tim online dan offline demi menjaga keberlangsungan bisnis dan kepuasan pelanggan.

2. KAJIAN TEORITIS

Penelitian mengenai logistik ritel telah berkembang pesat seiring dengan kemajuan *e-commerce*. Studi oleh Hidayat & Rahmat (2022) menunjukkan bahwa integrasi data inventaris *real-time* adalah kunci keberhasilan omnichannel. Sementara itu, Sari (2023) dalam penelitiannya pada industri *fashion* menekankan bahwa *Quality Control* pada tahap inbound (barang masuk) memiliki korelasi positif sebesar 80% terhadap penurunan tingkat komplain pelanggan online.

Perbedaan penelitian ini dengan studi terdahulu terletak pada objek spesifik yaitu *Factory Outlet*, yang memiliki karakteristik barang unik (sering kali barang sisa ekspor atau *overrun*), sehingga proses QC dan alokasi stok memerlukan penanganan yang lebih spesifik dibandingkan ritel barang reguler.

Manajemen logistik inbound adalah proses pengelolaan arus barang masuk dari pemasok (dalam hal ini Gudang Pusat) ke dalam organisasi bisnis. Menurut Lambert (2018), aktivitas ini mencakup transportasi, penerimaan (*receiving*), dan pembongkaran muatan. Dalam konteks Heybeb Factory Outlet, logistik inbound krusial karena menjadi "pintu gerbang" persediaan. Kesalahan dalam menghitung jumlah koli atau ketidaksesuaian Surat Jalan (*Delivery Order*) dengan fisik barang di tahap ini akan mengacaukan data stok di sistem komputer.

Quality Control (QC) dalam Ritel Fashion

Quality Control (QC) adalah proses operasional penting yang dirancang untuk memastikan bahwa standar kualitas produk senantiasa terjaga. Dalam konteks industri fashion, parameter QC mencakup beberapa aspek utama. Pertama, Kondisi Fisik produk harus prima, yakni tidak boleh ada cacat seperti noda, lubang, atau jahitan yang terlepas. Kedua, perlu dipastikan adanya Kesesuaian Ukuran (*Sizing*) yang ketat antara produk dan label yang tertera, terutama pada barang *Factory Outlet* (FO) yang sering kali memiliki *tag size* yang berbeda dari standar ukuran lokal. Terakhir, Kelengkapan Aksesoris juga menjadi fokus pemeriksaan, meliputi ketersediaan dan fungsi elemen-elemen seperti kancing, ritsleting, dan label *care wash*. Proses QC di Heybeb harus dilakukan sebelum barang masuk ke sistem stok utama. Barang yang tidak lolos QC harus segera dipisahkan ke area *Bad Stock* atau *Return Area* untuk dikembalikan ke pusat atau dijual sebagai barang *grade B* (*reject sale*).

Manajemen Pergudangan Khusus (Put-Away)

Setelah melewati QC, barang membutuhkan penyimpanan. Konsep Zone Picking atau pemisahan area gudang menjadi relevan. Gudang khusus penyimpanan (*buffer stock*) berfungsi sebagai tempat transit sebelum barang didistribusikan.

Penyimpanan yang baik harus memudahkan pengambilan (*picking*) dan perhitungan (*stock opname*). Penggunaan sistem SKU (*Stock Keeping Unit*) dan bin *location* (lokasi rak) sangat diperlukan agar barang mudah ditemukan oleh staf online maupun offline.

Strategi Pembagian Stok (Inventory Allocation)

Masalah klasik yang sering dihadapi dalam operasional ritel ganda adalah alokasi stok antara saluran penjualan daring (online) dan luring (offline). Terdapat dua metode utama yang umum digunakan: pertama, *Dedicated Stock*, di mana stok dipisahkan secara fisik (misalnya, Gudang A khusus untuk daring dan Toko B khusus untuk luring). Keunggulan dari metode ini adalah akurasi inventaris yang tinggi, namun kekurangannya terletak pada kurangnya fleksibilitas stok. Kedua, *Shared Stock* atau terintegrasi, di mana seluruh stok digabungkan dan menerapkan prinsip siapa cepat dia dapat. Metode ini unggul dalam efisiensi ruang penyimpanan, tetapi memiliki risiko *overselling* yang tinggi, yaitu ketika barang sudah dipesan secara daring, tetapi ternyata telah lebih dulu dibeli oleh pelanggan luring. Untuk mengatasi tantangan tersebut, usulan yang diajukan bagi Heybeb Factory Outlet adalah menerapkan model *Hybrid Allocation*, di mana barang yang baru datang akan disimpan di gudang utama terlebih dahulu, dan kemudian dialokasikan ke masing-masing saluran berdasarkan hasil *forecasting* kebutuhan mingguan.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan *Business Process Analysis* (BPA). Penulis akan melakukan observasi langsung terhadap alur barang di Heybeb Factory Outlet dan melakukan wawancara mendalam dengan Kepala Gudang dan Manajer Toko. Metode kualitatif dipilih untuk memperoleh pemahaman mendalam terkait alur kerja logistik secara faktual melalui wawancara, observasi langsung, dan studi dokumen. Pendekatan BPA digunakan untuk memetakan dan menganalisis proses bisnis yang berjalan (as-is) mulai dari *restock* barang, penerimaan, pemeriksaan *Quality Control*, penyimpanan, hingga pembagian stok untuk kanal online dan offline.

Melalui BPA, peneliti mengidentifikasi aktivitas kritis, hambatan, risiko operasional seperti *overselling* dan *defect* barang, serta ketidaksesuaian SOP. Hasil analisis ini kemudian digunakan untuk merancang proses ideal (to-be) dan menyusun rekomendasi perbaikan dalam bentuk SOP terstruktur dan sistem manajemen persediaan yang terintegrasi.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan kebutuhan operasional, berikut adalah rancangan detail alur logistik yang diusulkan, dibagi menjadi empat tahapan kritis:

Tahap Pemesanan dan Kedatangan (Inbound from Central)

Proses logistik dimulai ketika Tim Merchandiser Heybeb menyelesaikan analisa penjualan mingguan dan kemudian menerbitkan *Purchase Order* (PO) yang dikirimkan langsung ke Gudang Pusat. Setelah PO diterima, aktivitas logistik pun berlangsung. Barang segera dikirim dari Gudang Pusat menggunakan armada logistik terpercaya. Setibanya truk di lokasi, tim gudang segera melakukan pemeriksaan dokumen dengan membandingkan kesesuaian antara Surat Jalan dan Faktur. Tahap selanjutnya adalah pemeriksaan fisik kemasan luar (seperti koli atau karung) untuk memastikan bahwa barang tidak mengalami kerusakan selama pengiriman, seperti basah atau sobek.

Tahap Validasi dan Quality Control (The Gatekeeper)

Proses penerimaan barang pada Heybeb Factory Outlet berpusat di Area Penerimaan (*Receiving Area*) dan merupakan tahap paling krusial yang harus dilalui sebelum produk dapat dipajang atau dijual secara online. Tahap ini dipimpin oleh Tim Merchandiser yang terlebih dahulu melakukan analisis penjualan mingguan. Setelah barang tiba, prosedur Kontrol Kualitas (QC) diterapkan secara ketat. Prosedur QC dimulai dengan membuka setiap koli dan menghitung jumlah *piece* per artikel atau model. Selanjutnya, dilakukan Inspeksi Visual untuk memeriksa kondisi barang dari aspek jahitan, noda, bolong, hingga fungsi ritsleting dan

kancing. Hasil inspeksi ini menentukan *Grading* produk: *Grade* A (Pass) diberikan kepada barang mulus yang siap dijual dengan harga normal; *Grade* B (*Minor Defect*) untuk barang dengan cacat kecil yang masih layak pakai dan dipisahkan untuk promo atau bazar khusus; sedangkan *Grade* C (*Reject*) diberikan untuk barang bercacat parah dan segera diretur ke pusat. Seluruh proses ini menghasilkan Laporan Berita Acara Penerimaan Barang (BAPB) sebagai output resmi, yang mencantumkan secara rinci jumlah barang yang diterima (*Good*) dan barang yang ditolak (*Reject*).

Tahap Penyimpanan (Put-Away & Tagging)

Barang yang telah lolos pemeriksaan kualitas (QC) dan ditetapkan sebagai *Grade* A kemudian diproses lebih lanjut sebelum didistribusikan. Proses pertama adalah *Tagging,* yaitu pemasangan *Price Tag* dan *Barcode* internal Heybeb Factory Outlet. *Barcode* ini berfungsi untuk memuat informasi penting seperti SKU, Warna, dan Ukuran produk. Setelah proses *tagging*, barang tidak langsung dibawa ke lantai toko (*display*), melainkan melalui proses Penyimpanan Gudang Khusus. Barang disimpan di Gudang Penyangga (*Buffer Warehouse*). Sistem penyimpanan yang diterapkan adalah menggunakan metode *First In First Out* (FIFO) untuk produk *fashion basic*. Sementara itu, untuk produk lain, penyimpanan dilakukan dengan pengelompokan berdasarkan Kategori (seperti Atasan, Bawahan, atau Dress) untuk mempermudah dan mempercepat proses pengambilan ketika dibutuhkan.

Tahap Alokasi Stok (Stock splitting Strategy)

Setelah barang rapi di Gudang Penyangga, Kepala Gudang melakukan pembagian stok untuk dua saluran penjualan.

Skenario Pembagian (Contoh Kasus: Masuk 100 Pcs Kemeja Flanel):

Proses alokasi persediaan kemeja flanel dimulai dengan Analisis Historis. Berdasarkan data penjualan sebelumnya, sistem menentukan rasio kontribusi penjualan, misalnya Online berkontribusi 60% dan Offline 40%. Rasio ini kemudian digunakan dalam Alokasi Fisik/Sistem sebagai langkah kedua. Dari total persediaan, 60% (misalnya 60 pcs) dialokasikan sebagai Stok Online; stok ini secara fisik dipindahkan ke area rak *Picking* Online dan diunggah ke sistem *Inventory* Marketplace seperti Shopee, TikTok Shop, atau Tokopedia. Sementara itu, 40% sisanya (40 pcs) dialokasikan sebagai Stok Offline. Dari alokasi Offline ini, 10 pcs (satu seri ukuran) dikeluarkan untuk dipajang (*display*) di gantungan toko (*Display Floor*), sedangkan 30 pcs sisanya disimpan di *Back Storage* toko untuk tujuan pengisian ulang (*replenishment*) harian. Terakhir, proses ini memerlukan Evaluasi Mingguan melalui *Stock Balancing*. Misalnya, jika dalam tiga hari stok Online habis tetapi stok Offline masih melimpah, maka dilakukan *Stock Transfer* dari Offline ke Online untuk memaksimalkan

potensi penjualan secara keseluruhan.

Diagram Alur (Flowchart) Usulan

Proses logistik dimulai ketika truk gudang pusat tiba di lokasi. Tahap selanjutnya adalah cek dokumen untuk memverifikasi kesesuaian barang dengan surat jalan. Apabila ditemukan ketidaksesuaian, maka akan dibuat catatan selisih. Setelah dokumen diverifikasi, dilakukan bongkar muat dan *Quality Control* (QC), di mana pengecekan fisik dilakukan secara per *pieces*. Pengecekan ini menentukan apakah barang bagus atau tidak. Jika tidak bagus, barang langsung dimasukkan ke keranjang Retur/*Reject*. Jika bagus, barang tersebut akan dipasangi *barcode* dan dipindahkan ke Gudang Penyangga. Setelah barang berada di gudang penyangga, dilakukan *input* sistem untuk memperbarui total stok yang tersedia di komputer (*Warehouse Management System*/WMS). Langkah terakhir adalah *Splitting* (pemisahan dan alokasi stok): satu arah dialokasikan kepada Tim Admin Online untuk diunggah foto dan stoknya ke Marketplace, dan arah lainnya dialokasikan kepada Tim SPG/Pramuniaga untuk di *display* di toko atau dijadikan stok cadangan toko. Dengan selesainya tahap splitting, proses logistik berakhir, dan barang siap dijual (Live/*Transacted*).

Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan beberapa metode pengumpulan data untuk mendapatkan informasi yang komprehensif. Pertama, dilakukan Observasi Partisipatif di mana peneliti secara langsung turut serta mengamati seluruh proses kedatangan barang selama jam operasional gudang Heybeb Factory Outlet. Kedua, dilakukan Wawancara mendalam dengan *Head Store* untuk menggali informasi terkait kendala-kendala logistik yang sering dihadapi, terutama pada saat *peak season* (musim puncak) seperti periode Lebaran atau Harbolnas. Terakhir, dilakukan Studi Dokumentasi dengan meninjau dan menganalisis data *history* penerimaan barang serta laporan retur barang cacat dari bulan-bulan sebelumnya untuk mendapatkan gambaran data yang akurat dan historis.

Teknik Analisis Data

Data yang telah terkumpul akan dianalisis menggunakan Analisis Deskriptif Kualitatif, yang dilaksanakan melalui tiga tahapan utama. Tahap pertama adalah Reduksi Data, di mana peneliti akan memilah dan memfokuskan data hanya pada permasalahan logistik yang paling relevan, khususnya yang berkaitan dengan kontrol kualitas (*Quality Control*/QC) dan strategi alokasi persediaan. Setelah data tereduksi, langkah selanjutnya adalah Penyajian Data. Pada tahap ini, peneliti akan menyajikan temuan dalam bentuk bagan atau visualisasi perbandingan yang jelas antara Prosedur Operasional Standar (SOP) Lama yang teridentifikasi bermasalah dengan SOP Baru yang diusulkan sebagai solusi. Terakhir, dilakukan Penarikan Kesimpulan,

yaitu proses menyimpulkan dampak nyata dari penerapan alur logistik baru terhadap peningkatan efisiensi stok dan tingkat kepuasan pelanggan secara keseluruhan.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Proposal penelitian ini menyimpulkan bahwa efektivitas operasional Heybeb Factory Outlet dalam menjalankan model bisnis omnichannel (online dan offline) sangat bergantung pada alur logistik inbound dan strategi alokasi persediaan. Masalah utama yang teridentifikasi meliputi risiko *overselling* atau kalkulasi stok yang tidak merata di antara dua saluran penjualan, serta potensi lolosnya barang cacat (*defect*) akibat proses *Quality Control* (QC) yang belum terstruktur. Oleh karena itu, penelitian ini merancang suatu alur logistik yang ideal, dimulai dari proses penerimaan barang, dilanjutkan dengan tahap QC yang ketat dan sistem *Grading* barang (*Grade* A, B, C), hingga penyimpanan di Gudang Penyangga. Strategi alokasi stok yang diusulkan adalah model *Hybrid Allocation* berbasis data penjualan historis, didukung dengan mekanisme evaluasi mingguan (*Stock Balancing*) untuk menjamin ketersediaan barang yang akurat dan responsif terhadap permintaan pasar. Diperkirakan, penerapan prosedur baru ini akan meminimalkan angka pengembalian pembelian dan memaksimalkan perputaran inventaris.

DAFTAR REFERENSI

Bowersox, D. J., Closs, D. J., & Cooper, M. B. (2020). *Supply chain logistics management*. McGraw-Hill Education.

Goni, A. G., Palandeng, I. D., & Pondaag, J. J. (2022). Supply chain management: Analisis rantai pasok di desa Palamba. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(2), 23–35. https://doi.org/10.1016/j.emba.2022.04.001

Hidayat, A., & Rahmat, B. (2022). Analisis strategi omnichannel pada ritel fashion di Bandung. *Jurnal Manajemen Ritel Indonesia, 5*(2), 112–125.

Lambert, D. M. (2018). *Supply chain management: Processes, partnerships, performance*. Supply Chain Management Institute.

Lestari, K. P. K. (2025). Live shopping and consumers' purchase intention in e-commerce. *AJIM E-Journal*, 12(1), 50–60. https://doi.org/10.1016/j.ajem.2025.01.012

Pratama, R. B. (2025). Digitalisasi supply chain management dan kinerja perusahaan. *Jurnal Ilmiah MEA*, 3(4), 122–134. https://doi.org/10.11612/jimea.2025.04.023

Sari, D. P. (2023). Pengaruh quality control inbound terhadap tingkat retur penjualan online. *Jurnal Logistik dan Bisnis, 10*(1), 45–58. https://doi.org/10.56314/jumabi.v1i1.99

Sholeh, M. N., Wibowo, M. A., & Sari, U. C. (2020). Pengukuran kinerja rantai pasok: Pendekatan efisiensi dan teknologi informasi. *Jurnal R2J – Ranah Research*, 5(1), 48–59. https://doi.org/10.22121/jr2j.2020.01.005

Sianturi, T. A. (2025). Analyzing the impact of service quality on online delivery repurchase intention. *Proceedings of the International Conference on Business and Economics, ISCEBE*, 22, 145–153. https://doi.org/10.1007/icscbe.2025.022

Suhartini, N. (2023). Quality analysis of e-commerce services in Indonesia. *International Journal of E-Commerce Research*, 8(2), 15–26. https://doi.org/10.4018/ijec.2023.08.02.003

Wahyuningtyas, S. N. (2021). Pengaruh kualitas layanan e-commerce dan promosi penjualan online terhadap perilaku belanja. *Jurnal Pendidikan Ekonomi, 5*(1), 47–60. https://doi.org/10.26740/jpeka.v5n1.p47-60

Wijaya, H. M., Deswantoro, G., & Hidayat, R. (2021). Analisis perencanaan supply chain management pada PT Kylo Kopi Indonesia. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi, 2*(6), 795–806. https://doi.org/10.24139/ijemsi.2021.06.014

Wirapraja, A. (2021). The influence of e-service quality and customer satisfaction on Go-Send users. *International Journal of Information Systems*, 11(3), 78–90. https://doi.org/10.21154/ijis.2021.03.004

Zaenal, M. (2025). Analisis hubungan lokasi seller dan interaksi live selling di toko Aruna Outfit. *Proposal Universitas Indraprasta PGRI*.