

# SUPPLY CHAIN MANAGEMENT ( SCM )

Prof. Made Pujawan

# Pendahuluan

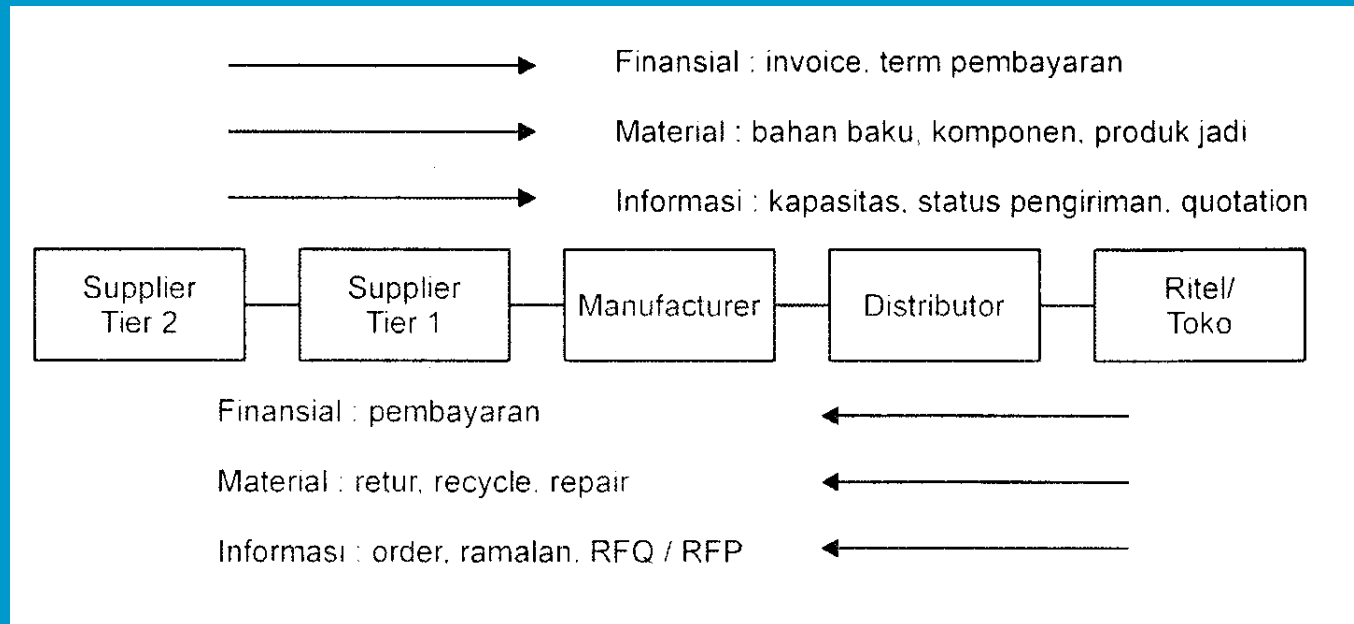
- ◆ Pelaku industri mulai sadar bahwa untuk menyediakan produk yang murah, berkualitas dan cepat, perbaikan di internal perusahaan manufaktur adalah tidak cukup.
- ◆ Peran serta supplier, perusahaan transportasi dan jaringan distributor adalah dibutuhkan.
- ◆ Kesadaran akan adanya produk yang murah, cepat dan berkualitas inilah yang melahirkan konsep baru tahun 1990-an yaitu *Supply Chain Manajement ( SCM )*

# Supply Chain dan SCM

- ◆ Supply Chain adalah jaringan perusahaan-perusahaan yang secara bersama-sama bekerja untuk menciptakan dan menghantarkan suatu produk ke tangan pemakai akhir.
- ◆ Perusahaan-perusahaan tersebut termasuk supplier, pabrik, distributor, toko atau ritel, serta perusahaan pendukung seperti jasa logistik.
- ◆ Ada 3 macam hal yang harus dikelola dalam supply chain yaitu *pertama*, aliran barang dari hulu ke hilir contohnya bahan baku yang dikirim dari supplier ke pabrik, setelah produksi selesai dikirim ke distributor, pengecer, kemudian ke pemakai akhir.

# Supply Chain dan SCM

- ◆ *Yang kedua*, aliran uang dan sejenisnya yang mengalir dari hilir ke hulu dan *ketiga* adalah aliran informasi yang bisa terjadi dari hulu ke hilir atau sebaliknya.

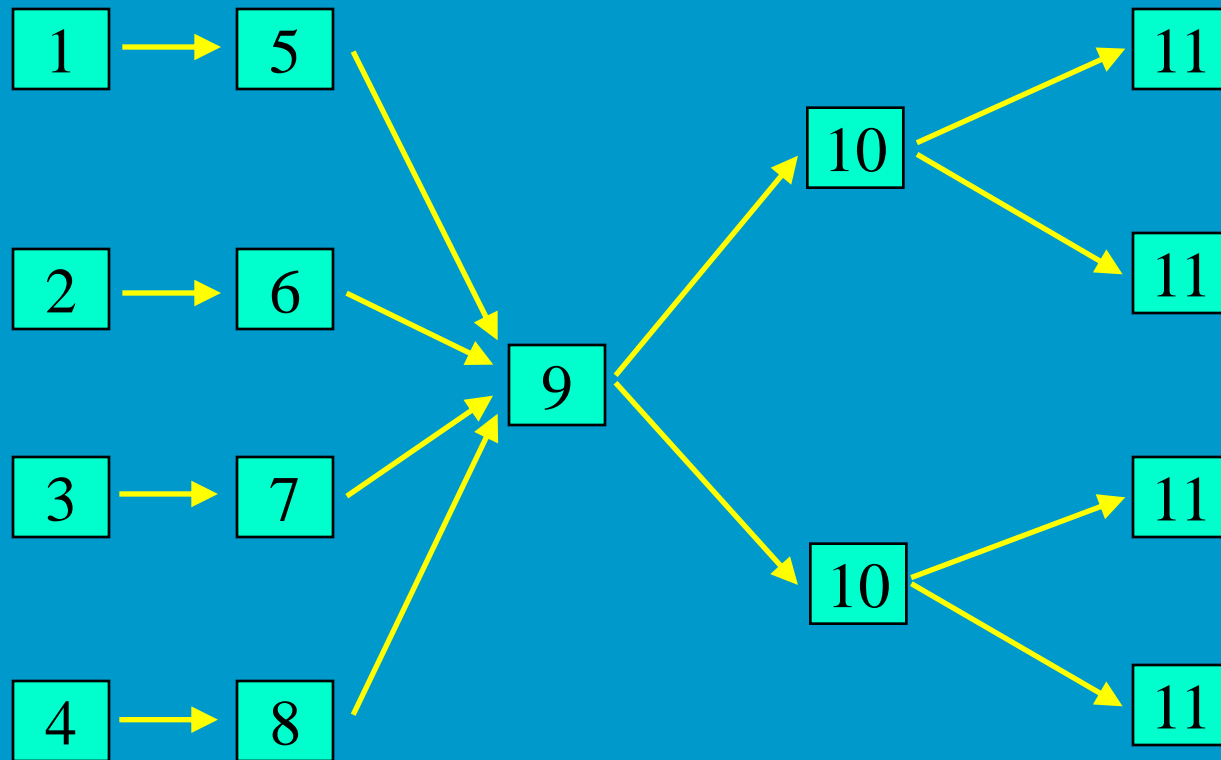


# Supply Chain dan SCM

- ◆ Dalam kondisi nyata tidak sesederhana sebagaimana diatas, contoh sebuah produk sederhana yaitu biskuit kaleng.
- ◆ Pihak yang terlibat dalam supply chain biskuit kaleng tersebut adalah 1. penghasil gandum 2. penghasil tebu 3. penghasil garam 4. penghasil aluminium 5. pabrik tepung terigu 6. pabrik gula 7. distributor garam 8. pabrik kaleng 9. pabrik biskuit 10. distributor biskuit 11. supermarket 12. perusahaan transportasi dan pergudangan.

# Supply Chain dan SCM

- ◆ Skema hubungan yang bisa dibentuk adalah sebagai berikut :



# Supply Chain dan SCM

- ◆ Kalau supply chain adalah jaringan fisiknya, yakni perusahaan-perusahaan yang terlibat dalam memasok bahan baku, memproduksi barang maupun mengirimkannya ke pemakai akhir, SCM adalah metode, alat atau pendekatan pengelolaannya.
- ◆ Pendekatan yang ditekankan dalam SCM adalah terintegrasi dengan semangat kolaborasi.
- ◆ Supply chain manajemen tidak hanya berorientasi pada urusan internal melainkan juga eksternal perusahaan yang menyangkut hubungan dengan perusahaan-perusahaan partner.

# Supply Chain dan SCM

- ◆ Definisi oleh the Council of Logistics Management :  
*Supply Chain Mangement is the systematic, strategic coordination of the traditional business functions within a particular company and across businesses within the supply chain for the purpose of improving the long-term performance of the individual company and the supply chain as a whole.*
- ◆ Perusahaan yang berada dalam supply chain pada intinya memuaskan konsumen dengan bekerja sama membuat produk yang murah, mengirimkan tepat waktu dan dengan kualitas yang bagus.



# Supply Chain dan SCM

- ◆ Persaingan yang terjadi sekarang bukanlah perusahaan satu dengan yang lainnya, tapi lebih tepat dikatakan supply chain yang satu dengan supply chain yang lain.
- ◆ Semangat kolaborasi dan koordinasi antar perusahaan dalam supply chain harus diutamakan, tapi tidak mengorbankan kepentingan tiap individu perusahaan.
- ◆ Idealnya hubungan perusahaan antar supply chain adalah jangka panjang, sehingga tercipta kepercayaan dan efisiensi.
- ◆ Apakah perusahaan indonesia telah menerapkan SCM dalam perusahaannya....?

# Supply Chain dan SCM

- ◆ Jawabannya adalah pada hakekatnya mereka semua memiliki metode atau pendekatan dalam mengelola supply chain mereka, namun tidak semua dari mereka yang menerapkan pendekatan yang integratif dan kolaboratif.

# Area Cakupan SCM

- ◆ Apabila mengacu pada sebuah perusahaan manufaktur, kegiatan-kegiatan utama yang masuk dalam klasifikasi SCM adalah :
  - kegiatan merancang produk baru (*product development* )
  - kegiatan mendapatkan bahan baku (*procurement*)
  - kegiatan merencanakan produksi dan persediaan (*planning and control* )
  - kegiatan melakukan produksi (*production* )
  - kegiatan melakukan pengiriman (*distribution* )

# Area Cakupan SCM

<u>Bagian</u>	<u>Cakupan kegiatan antara lain</u>
<b>Pengembangan Produk</b>	Melakukan riset pasar, merancang produk baru, melibatkan supplier dalam perancangan produk baru
<b>Pengadaan</b>	Memilih supplier mengevaluasi kinerja supplier, melakukan pembelian bahan baku dan komponen, memonitor supply risk, membina dan memelihara hubungan dengan supplier
<b>Perencanaan dan Pengendalian</b>	Demand planning, peramalan permintaan, perencanaan kapasitas, perencanaan produksi dan persediaan
<b>Produksi</b>	Eksekusi produksi, pengendalian kualitas
<b>Distribusi</b>	Perencanaan jaringan distribusi, penjadwalan pengiriman, mencari dan memelihara hubungan dengan perusahaan jasa pengiriman, memonitor service level di tiap pusat distribusi

# Pengembangan Produk

- ◆ Sangat penting terutama bagi industri inovatif seperti industri garmen, komputer, elektronik, packaging, dsb. Hal ini dikarenakan product life cycle-nya pendek.
- ◆ Menghasilkan sebuah rancangan produk bisa memakan waktu dan biaya yang sangat besar, padahal disisi lain perusahaan dituntut untuk bisa menghasilkan rancangan dalam waktu cepat dan biaya yang murah.
- ◆ Dalam merancang perusahaan harus mempertimbangkan beberapa hal :
  - Pertama*, aspirasi atau keinginan pelanggan, oleh karena itu dibutuhkan riset pasar yang memadai.
  - Kedua*, produk yang dirancang harus mencerminkan ketersediaan dan sifat-sifat bahan baku. Dalam praktek SCM modern, melibatkan supplier adalah kunci dalam proses perancangan produk baru.

# Pengembangan Produk

*Ketiga*, fasilitas produksi yang akan dimiliki atau dibangun, jadi aspek *manufacturability* perlu dipertimbangkan.

*Keempat*, produk yang dirancang harus sedemikian rupa sehingga kegiatan pengiriman mudah dilakukan dan tidak menimbulkan biaya-biaya persediaan yang berlebihan disepanjang supply chain.

*Kelima*, aspek lingkungan, dituntut rancangan yang ramah lingkungan dan mudah didaur ulang.

# Pembelian (Procurement)

- ◆ Dituntut mempunyai keahlian bernegosiasi, memiliki kemampuan untuk menerjemahkan strategis perusahaan ke dalam system pemilihan dan evaluasi supplier.
- ◆ Tugas rutinnnya adalah melakukan pembelian bahan baku, komponen, jasa dsb.
- ◆ Diharapkan dapat menciptakan kolaborasi jangka panjang dengan supplier-supplier relevan, melibatkan mereka dalam perancangan produk baru, mengevaluasi supply risk dan sebagainya.

# Perancangan dan Pengendalian

- ◆ Bagian ini bertugas untuk menciptakan koordinasi taktis maupun operasional sehingga kegiatan produksi, pengadaan material, maupun pengiriman produk bisa dilakukan dengan efisien dan tepat waktu.
- ◆ Koordinasi yang dilakukan tidak hanya di internal tapi dalam supply chain, misal menentukan berapa banyak produk akan diproduksi, informasi tentang data penjualan terakhir di tingkat ritel serta berapa banyak stock produk yang masih mereka miliki adalah penting bagi pabrik.
- ◆ Bahkan ritel dengan perusahaan saling koordinasi untuk menentukan rencana produksi jangka menengah atau pendek ( P&G, Sara Lee, K-Mart, Warner Lambert)



# Produksi

- ◆ Bagian ini bertugas secara fisik melakukan transformasi dari bahan baku, bahan setengah jadi atau komponen menjadi produk jadi.
- ◆ Kegiatan produksi dalam konteks SCM tidak harus dilakukan dalam perusahaan.
- ◆ Banyak perusahaan melakukan outsourcing yaitu memindahkan kegiatan produksi ke pihak subkontraktor, sementara perusahaan konsentrasi ke kegiatan yang menjadi *core competency* mereka. Contoh perusahaan sepatu Nike.
- ◆ Dalam kegiatan produksi, konsep lean manufacturing yang mementingkan efisiensi dan agile manufacturing yang menekankan pada fleksibilitas dan ketangkasan merespon perubahan adalah dua hal yang penting.

# Distribusi/ pengiriman

- ◆ Tugas dalam lingkup supply chain adalah mengirim produk tersebut agar sampai di tangan pelanggan pada waktu dan tempat yang tepat.
- ◆ Aktivitas ini dapat dilakukan sendiri oleh perusahaan atau diserahkan ke perusahaan jasa transportasi.
- ◆ Dalam cakupan kegiatan distribusi, perusahaan harus merancang jaringan distribusi yang tepat dengan mempertimbangkan aspek biaya, aspek fleksibilitas dan aspek kecepatan respon terhadap pelanggan.

# Fungsi Fisik dan Mediasi Pasar

- ◆ Kegiatan mediasi pasar bertujuan untuk mencari titik temu antara apa yang diinginkan pelanggan dengan apa yang dibuat dan dikirim oleh supply chain.
- ◆ Melakukan survey pasar untuk mendapatkan model produk apa yang disukai oleh pelanggan pada suatu musim jual, merancang produk yang mencerminkan keinginan pasar tersebut, meramalkan tingkat permintaan dan pelayanan purna jual merupakan aktivitas media pasar.
- ◆ Kegiatan mediasi sangat penting bagi supply chain yang memproduksi produk inovatif.
- ◆ Kegiatan fisik dan mediasi pasar harus berjalan dengan sinergis di dalam supply chain.

# Fungsi Fisik dan Mediasi Pasar

<b>Aktivitas Fisik</b>	<b>Aktivitas mediasi pasar</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>◆ sourcing (mencari bahan baku)</li><li>◆ penyimpanan material/produk</li><li>◆ distribusi / transportasi</li><li>◆ pengembalian produk (return)</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>◆ riset pasar</li><li>◆ pengembangan produk</li><li>◆ penetapan harga diskon</li><li>◆ pelayanan purna jual</li></ul>

# Tantangan dalam Mengelola Supply Chain

- ◆ **Tantangan 1 : Kompleksitas struktur Supply Chain**

Adanya kompleksitas yang melibatkan internal perusahaan maupun eksternal perusahaan.

Internal perusahaan contoh : antara bagian marketing dengan produksi, marketing seringkali membuat kesepakatan dengan pelanggan tanpa mengecek secara baik kemampuan produksi, perubahan jadwal produksi secara tiba-tiba karena marketing menyepakati perubahan order dengan pelanggan. Disisi lain bagian produksi sering resistant dengan perubahan mendadak.

Dengan eksternal misalnya antara supplier yang menginginkan pemesanan produknya jauh-jauh hari sebelum waktu pengiriman dan sedapat mungkin pesanan tidak berubah. Supplier juga menginginkan pengiriman segera setelah produksinya selesai.

# Tantangan dalam Mengelola Supply Chain

Disisi lain perusahaan menghendaki fleksibilitas yang tinggi dengan mengubah jumlah, spesifikasi maupun jadwal pengiriman bahan baku yang dipesan.

Perusahaan juga menginginkan supplier menggunakan JIT yaitu mengirimkan produk dalam waktu yang tepat dan kuantitasnya kecil-kecil.

Kompleksitas yang lain adalah dalam pembayaran, budaya dan bahasa.

# Tantangan dalam Mengelola Supply Chain

## ◆ Tantangan 2 : Ketidakpastian

ketidakpastian menimbulkan ketidakpercayaan diri terhadap rencana yang dibuat. Sebagai akibatnya, perusahaan sering menciptakan pengaman di sepanjang supply chain. Pengaman ini bisa berupa safety stock, safety time, atau kapasitas produksi maupun transportasi.

Sumber ketidakpastian yaitu :

1. ketidakpastian pembeli,
2. ketidakpastian dari supplier yaitu terkait dengan pengiriman, harga, kualitas maupun kuantitas,
3. ketidakpastian internal yang bisa disebabkan kerusakan mesin, kinerja mesin yang tidak sempurna, tenaga kerja serta waktu maupun kualitas produksi

# Peran Teknologi Internet

- ◆ Aplikasi internet dalam konteks Supply Chain Manajement yaitu :
  1. Electronic Procurement ( e-Procurement )
  2. Electronic Fulfillment ( e-Fulfilment )



# Electronic Procurement

- ◆ Salah satu model pengadaan yang mendukung hubungan jangka pendek adalah e-Auction yaitu suatu aplikasi untuk mendukung kegiatan lelang yang dilakukan secara elektronik. Pada model ini pembeli bisa mengundang beberapa calon supplier untuk menawarkan harga atas produk dengan spesifikasi dan jumlah tertentu dalam waktu yang telah ditentukan. Supplier dengan harga rendah yang akan dianggap menang. Proses lelang ini dilakukan dengan media Internet.

# Electronic Fulfilment

- ◆ Fulfilement adalah pemenuhan pesanan pelanggan.
- ◆ Menerima order dari pelanggan, bisa melalui email atau web based ordering
- ◆ Mengelola transaksi.
- ◆ Manajemen gudang yang meliputi pengendalian persediaan produk dan kegiatan administrasi gudang secara umum.
- ◆ Komunikasi dengan pelanggan untuk memberikan informasi status pesanan, dukungan teknis dsb.
- ◆ Kegiatan reverse logistics yang berupa pengembalian produk ke bagian supply chain akibat pengembalian dari pelanggan.

# Tugas

1. Apakah yang dimaksud dengan supply chain dan bagaimana bedanya jika dibandingkan dengan supply chain manajemen ?
2. Jelaskan cakupan aktivitas pada Supply Chain Manajemen !
3. Buatlah supply chain dari produk bodi mobil ! Sertai dengan gambar ilustrasi urutannya !
4. Kompleksitas yang bagaimana yang akan dihadapi manajer pada saat perusahaan mengelola supply chain ?
5. Bagaimana peranan mediasi pasar dalam supply chain manajemen ?
6. Jelaskan peranan internet di dalam Supply Chain Manajemen !