

MENGELOLA SUPPLY CHAIN (RANTAI PASOKAN)

1. Pentingnya Supply Chain
2. Strategi Supply Chain
3. Mengelola Supply Chain
4. E-Procurement
5. Manajemen Logistik

PENGERTIAN SUPPLY CHAIN MANAGEMENT

- Aktivitas manajemen yang menyediakan barang-barang (material) dan layanan (services), mengubah menjadi barang setengah jadi dan barang jadi dan menyampaikannya melalui sistem distribusi
- Aktivitas ini meliputi aktivitas pembelian (purchasing) dan outsourcing dan ditambah beberapa fungsi penting lain yang berhubungan dengan supplier dan distributor

- Manajemen Rantai Pasokan (SCM) meliputi 8 aspek penting, yaitu: (Gb. 11.1)
 1. Penyedia Transportasi (transportation vendors)
 2. Credits and cash transfers
 3. Suppliers
 4. Distributors
 5. Account Payable (utang dagang) dan piutang (Receivables)
 6. Gudang dan persediaan
 7. Penyelesaian pesanan
 8. Informasi tentang pelanggan, proyeksi dan produksi
- ➔ Tujuannya adalah untuk membangun rantai antar supplier yang dapat memaksimalkan nilai (Value) dari pelanggan

PENTINGNYA SCM

- Manajemen Rantai pasokan yang efektif menjadikan supplier sebagai partner dalam strategi perusahaan untuk memuaskan pasar sasaran
- Keunggulan bersaing tergantung pada hubungan yang erat dengan supplier dalam jangka panjang (close-longterm strategic relationship)

SUPPLY CHAIN RISK

- Lingkungan, pengawasan dan kinerja proses dapat memengaruhi risiko rantai pasokan
- Lingkungan: Kepabeanan, tarif, pengawasan keamanan, bencana alam, fluktuasi nilai tukar mata uang, serangan teroris, isu politik
- Proses: ketersediaan bahan baku dan komponennya; kualitas dan logistik
- Pengawasan (controls): ketersediaan komunikasi yang aman untuk transaksi keuangan, desain produk, skedul logistik)

SUPPLY CHAIN ECONOMICS

1. Make or Buy Decisions

Pilihan antara membuat sendiri komponen produk atau jasa di dalam perusahaan atau membeli dari luar perusahaan

2. Outsourcing

Memindahkan sebagian aktivitas perusahaan yang secara tradisional dapat dilakukan di dalam perusahaan menjadi ke luar perusahaan

STRATEGI SUPPLY CHAIN

1. Banyak Pemasok
2. Beberapa Pemasok
3. Integrasi Vertikal
4. Joint Ventures
5. Jaringan Keiretsu
6. Perusahaan Virtual

MENGELOLA SUPPLY CHAIN

SCM menjadi lebih mudah dilaksanakan jika didukung oleh:

- Mutual Agreement on Goals
- Trust
- Compatible Organizational Culture

E-PROCUREMENT

- Fasilitas pembelian melalui internet
- E-procurement mempercepat proses pembelian, menurunkan biaya, dan mengintegrasikan rantai pasokan, meningkatkan keunggulan bersaing perusahaan

Beberapa teknik untuk melakukan proses pembelian secara elektronik:

1. Electronics ordering and fund transfer menggunakan EDI (electronics Data Interchange)
2. Online Catalogs
3. Auctions (Lelang)
4. RFQs (Requests for Quotes)
5. Real Time Inventory Tracking

SELEKSI VENDOR

Tahap dalam seleksi vendor (penyedia):

1. Evaluasi vendor (vendor evaluation)
2. Mengembangkan vendor (vendor development)
3. Negosiasi (Negotiations) →

Didasarkan pada:

- Cost-based Price Model
- Market-based Price Model
- Competitive Bidding

MANAJEMEN LOGISTIK

- Suatu pendekatan untuk mencari operasi yang efisien melalui pengintegrasian seluruh kegiatan perolehan material, pemindahan dan penyimpanan
- 5 hal utama dalam sistem distribusi:
 1. Trucking (menggunakan truk)
 2. Railroads (angkutan KA)
 3. Airfreight (angkutan udara)
 4. Waterways (sarana air)
 5. Pipelines (melalui jaringan pipa)

MENGUKUR KINERJA SCM

- Manajer SC membutuhkan standar pengukuran untuk mengevaluasi kinerjanya
 1. Supply Chain Performance
 2. Assets Committed to Inventory
 - % Investasi dalam persediaan =
 $(\text{Total investasi dalam Persediaan} / \text{Total Aset}) \times 100\%$
 - Inventory Turnover = $\text{CGS} / \text{Persediaan}$
 - Weeks of Supply = $\text{Persediaan} / (\text{CGS} \text{ pertahun} / 52 \text{ minggu})$