

PERAN SUPPLY CHAIN MANAGEMENT DALAM SISTEM PRODUKSI DAN OPERASI PERUSAHAAN

Agus Widyarto

PT. Bintang Sidoraya Group
Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta
Jalan A. Yani Tromol Pos 1, Surakarta 57102 Indonesia Telepon: +62- 0271-717417
E-mail: agus.widyarto@yahoo.co.id

Abstract: *Supply Chain Management is a set of approaches for the efficient integration of suppliers, manufacturing, warehouse and storage, so that goods are produced and distributed in the right amount, the right location, the right time, to minimize costs and provide service to the customer satisfaction. At this time many companies are implementing Supply Chain Management to improve the competitiveness of the company to another. Supply Chain Management is a strategic competitive tool for companies that make bersainganya logistical problems as a strategy to win the competition. The purpose of making this paper is to investigate the role of Supplay Chain Management in production systems and operations within the company that allows you to provide value to consumers in terms of availability and speed of service. So that consumers will feel the advantages of the product, although physically relatively similar to other products.*

Keywords : *supply chain management, system production, the company's operations.*

Abstrak: *Supply Chain Management adalah seperangkat pendekatan untuk mengefisienkan integrasi supplier, manufaktur, gudang dan penyimpanan, sehingga barang diproduksi dan didistribusikan dalam jumlah yang tepat, lokasi yang tepat, waktu yang tepat, untuk meminimasi biaya dan memberikan kepuasan layanan terhadap konsumen. Pada saat ini banyak perusahaan yang menerapkan Supply Chain Management untuk meningkatkan daya saing perusahaan dengan yang lainnya. Supply Chain Management merupakan suatu alat bersaing strategik bagi perusahaan yang menjadikan masalah logistik sebagai strategi bersainganya untuk dapat memenangkan persaingan. Tujuan pembuatan paper ini adalah untuk mengetahui peran Supplay Chain Management dalam sistem produksi dan operasi didalam perusahaan yang berguna untuk memberikan value kepada konsumen dalam hal availability dan kecepatan layanan. Sehingga konsumen akan merasakan suatu keunggulan dari produk tersebut, meskipun secara fisik relatif sama dengan produk lain.*

Kata Kunci: *supply chain managemet, sitem produksi, operasi perusahaan*

PENDAHULUAN

Pada dasarnya konsumen mengharapkan dapat memperoleh produk yang memiliki manfaat pada tingkat harga yang dapat diterima. Untuk mewujudkan keinginan konsumen tersebut maka setiap perusahaan berusaha secara optimal untuk menggunakan seluruh asset dan

kemampuan yang dimiliki untuk memberikan value terhadap harapan konsumen. Implementasi upaya ini tentunya menimbulkan konsekuensi biaya yang berbeda di setiap perusahaan termasuk para pesaingnya. Untuk dapat menawarkan produk yang menarik dengan tingkat harga yang bersaing, setiap perusahaan harus berusaha menekan atau mereduksi seluruh biaya

tanpa mengurangi kualitas produk maupun standar yang sudah ditetapkan.

Salah satu upaya untuk mereduksi biaya tersebut adalah melalui optimalisasi distribusi material dari pemasok, aliran material dalam proses produksi sampai dengan distribusi produk ke tangan konsumen. Distribusi yang optimal dalam hal ini dapat dicapai melalui penerapan konsep Supply Chain Management. Supply Chain Management sesungguhnya bukan merupakan suatu konsep yang baru. Konsep ini menekankan pada pola terpadu yang menyangkut proses aliran produk dari supplier, manufaktur, retailer hingga kepada konsumen. Dari sini aktivitas antara supplier hingga konsumen akhir adalah dalam satu kesatuan tanpa sekat pembatas yang besar, sehingga mekanisme informasi antara berbagai elemen tersebut berlangsung secara transparan. Supply Chain Management merupakan suatu konsep menyangkut pola pendistribusian produk yang mampu menggantikan pola-pola pendistribusian produk secara optimal. Pola baru ini menyangkut aktivitas pendistribusian, jadwal produksi, dan logistik

Konsep sistem produksi dan operasi yang diterapkan perusahaan manufaktur maupun jasa saat ini, sudah saatnya harus memperhatikan elemen di luar perusahaan yang bersangkutan. Artinya, mengelola elemen input, proses transformasi, dan output saja tidak akan cukup memberikan value kepada konsumen. Oleh karenanya elemen supplier dan konsumen (baik distributor maupun konsumen akhir) juga menjadi bagian yang harus dikelola perusahaan. Supply Chain Management sebagai suatu pendekatan terpadu yang meliputi seluruh proses manajemen material, memberikan orientasi kepada proses untuk menyediakan, memproduksi, dan mendistribusikan produk kepada konsumen. Konteks material dalam pengertian Supply Chain Management tentunya tidak hanya meliputi bahan baku dan output (barang jadi) saja, tetapi juga termasuk bahan pembantu, komponen, suku cadang, work in process (barang setengah jadi) maupun berbagai jenis perlengkapan (supplies) yang digunakan untuk mendukung aktivitas operasional perusahaan secara menyeluruh.

Bagi perusahaan yang masih memberikan perhatian terhadap pentingnya persediaan

material, penerapan Supply Chain Management akan memberikan kontribusi terhadap pengurangan biaya persediaan yang meliputi biaya penyimpanan, pemesanan, dan stockout. Sedangkan untuk perusahaan yang menggunakan konsep just in time atau JIT (penerapan di Indonesia pada umumnya dengan sistem cluster), konsep Supply Chain Management mutlak untuk diterapkan. Selain mampu mengeliminasi biaya penyimpanan, juga dapat mereduksi biaya kualitas yang ditimbulkan oleh adanya cacat produk maupun cacat proses.

Dari latar belakang diatas maka tujuan paper ini adalah untuk mengetahui peran Supply Chain Management dalam sistem produksi dan operasi didalam perusahaan yang berguna untuk memberikan value kepada konsumen dalam hal availability dan kecepatan layanan. Sehingga konsumen akan merasakan suatu keunggulan dari produk tersebut, meskipun secara fisik relatif sama dengan produk lain.

METODE PENELITIAN

Karya Ilmiah ini disusun menggunakan Metode penelitian Kepustakaan. Yaitu metode penelitian yang mencari sumber dari beberapa buku dan artikel yang telah ada.

PEMBAHASAN

Perkembangan Lingkungan Industri.

Perkembangan lingkungan industri yang dinamis pada era global seperti sekarang ini menjadi pemicu bagi banyak organisasi perusahaan untuk menggali potensi yang dimiliki, serta mengidentifikasi faktor kunci sukses untuk unggul dalam persaingan yang semakin kompetitif. Teknologi yang juga berkembang pesat menjadi sebuah kekuatan untuk diterapkan dalam iklim persaingan. Usaha-usaha yang dilakukan pada akhirnya diarahkan untuk memberikan produk terbaik kepada konsumen.

Konteks produk yang ditawarkan perusahaan kepada konsumen dalam pengertian manajemen produksi dan operasi adalah kombinasi produk barang dan jasa. Industri manufaktur tidak akan dapat bersaing apabila produk yang ditawarkan murni hanya barang sebaliknya perusahaan jasa tidak dapat bersaing apabila pro-

duk yang ditawarkan hanya pelayananan. Keberhasilan perusahaan dalam memberikan produk terbaik kepada konsumen meliputi kombinasi di antara keduanya, yaitu barang dan jasa dalam porsi masing-masing yang ideal menurut perusahaan.

Menyajikan produk dalam arti luas tersebut merupakan tantangan sekaligus peluang bagi sistem produksi operasi yang harus dijalankan perusahaan. Mulai dari mengidentifikasi selera konsumen sampai dengan mengupayakan seluruh kebutuhan input dari pemasok untuk memproduksi dan mendistribusikan produk tersebut sesuai dengan selera konsumen yang dibidik.

Pada dasarnya konsumen mengharapkan dapat memperoleh produk yang memiliki manfaat pada tingkat harga yang dapat diterima. Untuk mewujudkan keinginan konsumen tersebut maka setiap perusahaan berusaha secara optimal untuk menggunakan seluruh asset dan kemampuan yang dimiliki untuk memberikan value terhadap harapan konsumen. Implementasi upaya ini tentunya menimbulkan konsekuensi biaya yang berbeda di setiap perusahaan termasuk para pesaingnya.

Untuk dapat menawarkan produk yang menarik dengan tingkat harga yang bersaing, setiap perusahaan harus berusaha menekan atau mereduksi seluruh biaya tanpa mengurangi kualitas produk maupun standar yang sudah ditetapkan. Salah satu upaya untuk mereduksi biaya tersebut adalah melalui optimalisasi distribusi material dari pemasok, aliran material dalam proses produksi sampai dengan distribusi produk ke tangan konsumen. Distribusi yang optimal dalam hal ini dapat dicapai melalui penerapan konsep Supply Chain Management. Supply Chain Management sesungguhnya bukan merupakan suatu konsep yang baru.

Menurut Turban, Rainer, Porter (2004), terdapat 3 macam komponen rantai suplai, yaitu:

1. Rantai Suplai Hulu (Upstream supply chain)
Bagian upstream (hulu) supply chain meliputi aktivitas dari suatu perusahaan manufaktur dengan para penyalurannya (yang mana dapat manufaktur, assembler, atau keduanya) dan koneksi mereka kepada para penyalur mereka (para penyalur second-trier). Hubungan para penyalur dapat diperluas

kepada beberapa strata, semua jalan dari asal material (contohnya bijih tambang, pertumbuhan tanaman). Di dalam upstream supply chain, aktivitas yang utama adalah pengadaan.

2. Manajemen Rantai Suplai Internal (Internal supply chain management)
Bagian dari internal supply chain meliputi semua proses pemasukan barang ke gudang yang digunakan dalam mentransformasikan masukan dari para penyalur ke dalam keluaran organisasi itu. Hal ini meluas dari waktu masukan masuk ke dalam organisasi. Di dalam rantai suplai internal, perhatian yang utama adalah manajemen produksi, pabrikasi, dan pengendalian persediaan.
3. Segmen Rantai Suplai Hilir (Downstream supply chain segment)
Downstream (arah muara) supply chain meliputi semua aktivitas yang melibatkan pengiriman produk kepada pelanggan akhir. Di dalam downstream supply chain, perhatian diarahkan pada distribusi, pergudangan, transportasi, dan after-sales-service.

Menurut Jebarus (2001) Supply Chain Management merupakan pengembangan lebih lanjut dari manajemen distribusi produk untuk memenuhi permintaan konsumen. Konsep ini menekankan pada pola terpadu yang menyangkut proses aliran produk dari supplier, manufaktur, retailer hingga kepada konsumen. Dari sini aktivitas antara supplier hingga konsumen akhir adalah dalam satu kesatuan tanpa sekat pembatas yang besar, sehingga mekanisme informasi antara berbagai elemen tersebut berlangsung secara transparan. Supply Chain Management merupakan suatu konsep menyangkut pola pendistribusian produk yang mampu menggantikan pola-pola pendistribusian produk secara optimal. Pola baru ini menyangkut aktivitas pendistribusian, jadwal produksi, dan logistic.

Integrated Supply Chain. Semua perusahaan memerlukan sesuatu yang sangat ekonomis guna melakukan kegiatan memproduksi untuk memperoleh keuntungan. Untuk mencapai keinginan tersebut, kelancaran arus material yang diperlukan pasti melibatkan lebih dari satu rantai pasokan. Faktor kritis dalam rantai pasokan yang efisien adalah pembelian, karena

tugas pembelian untuk menyeleksi pemasok (berikut materialnya) dan kemudian membangun hubungan yang saling menguntungkan. Tanpa pemasok yang baik dan tanpa pembelian yang memadai, rantai pasokan tidak akan memiliki peran untuk kondisi pasar pada masa seperti sekarang ini. Supply Chain Management diperlukan oleh perusahaan yang sudah mengarah pada pengelolaan dengan sistem just in time, karena konsep just in time sangat menekankan ketepatan waktu kedatangan material dari pemasok sampai ke tangan konsumen sesuai dengan yang ditetapkan. Artinya, kedisiplinan dan komitmen seluruh mata rantai harus benar-benar dilaksanakan, karena sistem just in time tidak menekankan pada persediaan atau zero inventory. Sehingga apabila terjadi penyimpanan pada salah satu mata rantai saja, maka akan mengganggu pasokan material secara keseluruhan dan menghambat kelancaran tugas dari mata rantai yang lain, karena tidak adanya persediaan. Untuk kondisi di Indonesia sistem just in time akan berhasil kalau mata rantai terkait berada dalam satu cluster.

Bagi perusahaan yang masih memementingkan persediaan karena karakteristik material (misalnya faktor musiman) atau sebagai langkah antisipatif untuk menyiasati lingkungan industri yang tidak stabil, Supply Chain Management juga diperlukan. Peran Supply Chain Management untuk jenis perusahaan ini adalah menekan biaya persediaan, karena persediaan yang tidak optimal akan menimbulkan dampak biaya penyimpanan, biaya pemesanan, dan biaya backorder (apabila terjadi stockout).

Baik perusahaan yang menerapkan sistem just in time maupun yang masih memementingkan persediaan, Supply Chain Management yang dilaksanakan akan lebih optimal apabila diterapkan secara terintegrasi oleh seluruh mata rantai pasokan yang terkait. Menerapkan konsep Supply Chain Management secara menyeluruh dan terintegrasi tentu bukan merupakan hal yang mudah dilakukan perusahaan. Kesulitan akan banyak dialami dalam kaitan dengan lingkungan eksternal yaitu hubungan dengan supplier dan distributor serta konsumen akhir. Hal ini dapat terjadi karena lingkungan eksternal relatif berada di luar kendali perusahaan, sehingga perlu upaya kedua belah pihak untuk mencapai

komitmen menjadi mata rantai yang saling berkoordinasi untuk menyalurkan seluruh kebutuhan material sesuai yang dibutuhkan.

Sekilas konsep Supply Chain Management memiliki kesamaan dengan manajemen logistic, karena keduanya mengelola arus barang dan jasa melalui pembelian, pergerakan, penyimpanan, administrasi, dan penyaluran barang. Selain itu baik Supply Chain Management maupun manajemen logistic juga memiliki kesamaan dalam hal peningkatan efisiensi dan efektivitas dalam pengelolaan barang. Perbedaan Supply Chain Management dengan manajemen logistic terletak pada orientasinya. Supply Chain Management mengusahakan hubungan dan koordinasi antar proses dari perusahaan-perusahaan lain dalam business pipelines, mulai dari suppliers sampai kepada pelanggan juga mengutamakan arus barang antar perusahaan, sejak paling hulu sampai paling hilir. Sedangkan manajemen logistic berorientasi pada perencanaan dan kerangka kerja yang menghasilkan rencana tunggal arus barang dan informasi di seluruh perusahaan, jadi lebih terfokus pada pengelolaan termasuk arus barang dalam perusahaan.

Dalam perkembangannya, Supply Chain Management telah banyak mengalami evolusi yang dapat digambarkan dalam 4 (empat) tahap sebagai berikut (Indrajit dan Djokopranoto, 2002) :

1. Tahap 1,

Dalam tahap 1 ada semacam kesendirian dan ketidak-saling tergantungan fungsi produksi dan fungsi logistic. Mereka menjalankan program-program sendiri yang terlepas satu sama lain (in-complete isolation). Contohnya adalah bagian produksi yang hanya memikirkan bagaimana membuat barang sesuai dengan mutu dan yang telah ditetapkan, dan sama sekali tidak mau ikut memikirkan penumpukan inventory dan penggunaan ruang gudang yang menimbulkan biaya persediaan yaitu biaya simpan.

2. Tahap 2,

Dalam tahap 2 perusahaan sudah mulai menyadari pentingnya integrasi perencanaan walaupun dalam bidang yang masih terbatas, yaitu di antara fungsi internal yang paling berdekatan, misalnya produksi de-

ngan inventory control dan functional integration yang lain.

3. Tahap 3,
Dalam tahap 3 integrasi perencanaan dan pengawasan atas semua fungsi yang terkait dalam satu perusahaan (internal integration).
4. Tahap 4,
Pada tahap 4 menggambarkan tahap sebenarnya dari supply chain integration, yaitu integrasi total dalam konsep perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan (manajemen) yang telah dicapai dalam tahap 3 dan diteruskan ke upstreams yaitu suppliers dan downstreams sampai ke pelanggan.

Evolusi Supply Chain Management yang telah mencapai tahap keempat tersebut menunjukkan suatu integrasi yang menyeluruh di antara seluruh komponen terkait sehingga menuntut adanya transparansi arus informasi. Strategi kemitraan dapat digunakan untuk mewujudkan kelancaran arus pasokan material dari pemasok sampai distributor hingga ke tangan konsumen. Dengan strategi kemitraan maka perlu mengembangkan komunikasi di antara semua pihak terkait, sehingga komunikasi arus informasi maupun data yang dibutuhkan akan lebih lancar.

Manfaat Supply Chain Management.

Secara umum penerapan konsep SCM dalam perusahaan akan memberikan manfaat yaitu (Jebarus, 2001) kepuasan pelanggan, meningkatkan pendapatan, menurunnya biaya, pemanfaatan asset yang semakin tinggi, peningkatan laba, dan perusahaan semakin besar.

1. Kepuasan pelanggan. Konsumen atau pengguna produk merupakan target utama dari aktivitas proses produksi setiap produk yang dihasilkan perusahaan. Konsumen atau pengguna yang dimaksud dalam konteks ini tentunya konsumen yang setia dalam jangka waktu yang panjang. Untuk menjadikan konsumen setia, maka terlebih dahulu konsumen harus puas dengan pelayanan yang disampaikan oleh perusahaan.
2. Meningkatkan pendapatan. Semakin banyak konsumen yang setia dan menjadi mitra perusahaan berarti akan turut pula meningkatkan pendapatan perusahaan, sehingga produk-produk yang dihasilkan perusahaan tidak akan 'terbuang' percuma, karena diminati konsumen.

3. Menurunnya biaya. Pengintegrasian aliran produk dari perusahaan kepada konsumen akhir berarti pula mengurangi biaya-biaya pada jalur distribusi.
4. Pemanfaatan asset semakin tinggi. Aset terutama faktor manusia akan semakin terlatih dan terampil baik dari segi pengetahuan maupun keterampilan. Tenaga manusia akan mampu memberdayakan penggunaan teknologi tinggi sebagaimana yang dituntut dalam pelaksanaan Supply Chain Management.
5. Peningkatan laba. Dengan semakin meningkatnya jumlah konsumen yang setia dan menjadi pengguna produk, pada gilirannya akan meningkatkan laba perusahaan.
6. Perusahaan semakin besar. Perusahaan yang mendapat keuntungan dari segi proses distribusi produknya lambat laun akan menjadi besar, dan tumbuh lebih kuat.

Keenam manfaat yang sudah dijelaskan seperti tersebut di atas merupakan manfaat tidak langsung. Secara umum, manfaat langsung dari penerapan Supply Chain Management bagi perusahaan adalah :

1. Supply Chain Management secara fisik dapat mengkonversi bahan baku menjadi produk jadi dan mengantarkannya kepada konsumen akhir. Manfaat ini menekankan pada fungsi produksi dan operasi dalam sebuah perusahaan. Dalam fungsi ini dilakukan penggunaan dari seluruh sumber daya yang dimiliki dalam sebuah proses transformasi yang terkendali, untuk memberikan nilai pada produk yang dihasilkan sesuai dengan kebijaksanaan perusahaan dan mendistribusikannya kepada konsumen yang dibidik.
2. Supply Chain Management berfungsi sebagai mediasi pasar, yaitu memastikan apa yang dipasok oleh rantai suplai mencerminkan aspirasi pelanggan atau konsumen akhir tersebut. Dalam hal ini fungsi pemasaran yang akan berperan. Melalui pelaksanaan Supply Chain Management, pemasaran dapat mengidentifikasi produk dengan karakteristik yang diminati konsumen. Selanjutnya fungsi ini harus mampu mengidentifikasi seluruh atribut produk yang diharapkan konsumen tersebut dan mengkomunikasikan kepada perancang produk. Apabila seleksi rancangan produk sudah dilakukan dan dilakukan pengujian maka

produk dapat diproduksi. Sehingga Supply Chain Management akan berperan dalam memberikan manfaat seperti point 1 tersebut.

Persyaratan Penerapan Supply Chain Management. Sebagai suatu konsep yang melibatkan banyak pihak sebagai mata rantai, Supply Chain Management menuntut beberapa persyaratan yang tidak hanya terkait dengan material, tetapi juga informasi. Syarat utama dari penerapan Supply Chain Management tentunya dukungan manajemen. Manajemen semua level dari strategis sampai operasional harus memberikan dukungan mulai dari proses perencanaan, pengorganisasian, koordinasi, pelaksanaan, sampai pengendalian. Selain dukungan manajemen, syarat lain merupakan syarat yang melibatkan faktor eksternal yaitu pemasok dan distributor. Sebelum membangun komitmen dan melaksanakan 'kontrak kerja' dengan para pemasok, maka perusahaan terlebih dahulu harus melaksanakan evaluasi pemasok. Sebagai catatan, melaksanakan evaluasi pemasok untuk pemasok yang 'bermain' dalam pasar yang monopoli tentunya sulit dan tidak bisa dilaksanakan, sehingga yang perlu dilakukan untuk kondisi ini adalah membangun kemitraan dalam suatu kesepakatan.

Evaluasi pemasok dilakukan apabila untuk material yang sama dapat diperoleh lebih dari satu alternatif pemasok. Setidaknya ada tiga kriteria dalam melakukan evaluasi pemasok, yaitu : keadaan umum pemasok, keadaan pelayanan, dan keadaan material. Beberapa contoh indikator dari setiap kriteria evaluasi pemasok adalah sebagai berikut (Gaspersz, 2002) :

1. Keadaan umum pemasok
 - Ukuran atau kapasitas produksi
 - Kondisi financial
 - Kondisi operasional
 - Fasilitas riset dan desain
 - Lokasi geografis
 - Hubungan dagang antar industri
2. Keadaan pelayanan
 - Waktu penyerahan material
 - Kondisi kedatangan material
 - Kuantitas pemesanan yang ditolak
 - Penanganan keluhan dari pembeli
 - Bantuan teknik yang diberikan
 - Informasi harga yang diberikan

3. Keadaan material

- Kualitas material
- Keceragaman material
- Jaminan dari pemasok
- Keadaan pengepakan (pembungkusan)

Dari ketiga kriteria tersebut, bobot (berdasarkan tingkat kepentingan) yang terbesar diberikan pada kriteria keadaan material, karena keadaan material akan mempengaruhi kinerja fungsi produksi dan operasi khususnya kualitas produk. Selanjutnya dilakukan penilaian untuk setiap indikator dan dihitung total skornya.

Syarat berikutnya adalah pemilihan distributor sebagai perantara produk perusahaan sampai ke tangan konsumen akhir. Intensitas saluran distribusi yang ideal bagi suatu perusahaan adalah bagaimana menyajikan jenis produk secara luas dalam pemuasan kebutuhan konsumen (Sitaniapessy, 2001). Penggunaan distributor yang terlalu sedikit dapat membatasi penyebaran jenis produk dalam aktivitas pemasaran. Sebaliknya, penggunaan distributor yang terlalu banyak dapat mengganggu brand image dalam posisinya berkompetisi. Satu kunci yang penting dalam mengelola saluran distribusi adalah menentukan berapa banyak saluran distribusi yang dikembangkan serta membentuk suatu pola kemitraan yang menunjang pemasaran suatu produk dalam area pemasaran tertentu.

Satu lagi persyaratan yang penting dalam penerapan Supply Chain Management adalah transparansi arus informasi. Untuk dapat mendukung arus informasi yang transparan dari seluruh mata rantai yang terlibat dalam Supply Chain Management diperlukan komitmen (dapat dicapai melalui kemitraan dan kesepakatan) disertai dengan ketersediaan database. Konsep database yang dimaksud dalam hal ini bukan hanya kumpulan data yang dikelola dan dikendalikan secara terpusat, melainkan data tersebut harus memenuhi lima kriteria sebagai berikut :

1. Ketersediaan, kapanpun diperlukan harus tersedia disertai dengan kemudahan akses.
2. Kemampuan dipergunakan untuk berbagi kebutuhan terkait
3. Kemampuan data untuk selalu berkembang dalam konteks yang efektif

4. Jumlah data tidak tergantung kondisi fisik penyimpan data (penyimpan data yang harus menyesuaikan jumlah data)
5. Konsistensi dan validitas data

Tantangan Penerapan Supply Chain Management. Meskipun Supply Chain Management memiliki banyak manfaat dalam menjalankan sistem produksi dan operasi di perusahaan, tetapi ada beberapa tantangan yang harus dihadapi dan disikapi oleh perusahaan apabila akan menerapkannya. Tantangan yang pertama berasal dari lingkungan makro dan juga lingkungan eksternal. Misalnya saja trend perekonomian global yang menunjukkan adanya kecenderungan inflasi, khususnya di Indonesia. Hal ini disebabkan karena persaingan di tingkat global memang sangat meningkat. Selain itu juga ke-cenderungan konsumen perilaku konsumen yang menunjukkan sikap terlalu rumit dan banyak menuntut. Faktor eksternal lain adalah perkembangan teknologi. Perkembangan teknologi yang terkait dengan teknologi informasi sedapat mungkin diadaptasi oleh perusahaan-perusahaan yang menerapkan Supply Chain Management sehingga dapat mengelola informasi yang bergerak sangat cepat untuk menanggapi perpindahan produk. Sehingga sangat perlu bagi perusahaan yang menerapkan Supply Chain Management untuk memiliki peralatan fungsional seperti (Watanabe, 2001) :

1. Demand management / forecasting
2. Advanced planning and scheduling
3. Transportation management
4. Distribution and deployment
5. Production planning
6. Available to promise
7. Supply Chain Modeler
8. Optimizer (Linier programming, non linier programming, heuristic, dan genetic algorithm)

Selain tantangan-tantangan tersebut, tantangan yang juga sering dihadapi khususnya negara berkembang adalah masalah infrastruktur termasuk birokrasi yang rumit. Masalah ini akan memberikan dampak yang signifikan terhadap tantangan Supply Chain Management yang lain, yaitu teknologi informasi.

Di sisi lain, ada juga tantangan yang dapat digolongkan dalam lingkungan mikro atau di lingkungan perusahaan itu termasuk stakeholdernya. Misalnya saja pengukuran kinerja ti-

dak didefinisikan dengan baik. Setiap channel menggunakan ukuran sendiri-sendiri, dan tidak ada perhatian untuk membuat keterkaitan dalam model matriks yang mengukur kinerja rantai secara keseluruhan.

Terkait dengan manajemen persediaan, kadang-kadang kebijakan persediaan terlalu sederhana, faktor-faktor ketidakpastian diperhitungkan dalam pembuatan kebijakan-kebijakan tersebut, kadang-kadang terlalu statis. Selain itu terkadang pemahaman terhadap konsep Supply Chain Management tidak lengkap, fokusnya sering berorientasi pada operasi internal saja, tidak dapat membedakan antara pelayanan terhadap intermediate consumers dengan end consumers. Untuk mengatasi tantangan tersebut, terlebih dahulu perusahaan harus melakukan perbaikan dan membangun komitmen di lingkungan internal perusahaan tersebut, baru kemudian membangun kemitraan dan komitmen dengan mata rantai lain di lingkungan eksternal. Satu hal yang juga penting dalam mengatasi tantangan untuk penerapan Supply Chain Management adalah mengelola informasi dalam sebuah sistem yang harus mendukung proses pengambilan keputusan di wilayah penerapan Supply Chain Management.

SIMPULAN

Secara umum manfaat Supply Chain Management bagi perusahaan adalah: pertama, Supply Chain Management secara fisik dapat mengkonversi bahan baku menjadi produk jadi dan mengantarkannya kepada konsumen akhir. Kedua, Supply Chain Management berfungsi sebagai mediasi pasar, yaitu memastikan apa yang dipasok oleh rantai suplai mencerminkan aspirasi pelanggan atau konsumen akhir tersebut.

Untuk dapat menerapkan Supply Chain Management secara efektif, perusahaan harus mampu menyediakan dan mengelola database terkait yang memadai (lengkap dan akurat) serta membangun partnership dengan supplier maupun distributor yang terpilih. Pada akhirnya Supply Chain Management secara menyeluruh dapat menciptakan sinkronisasi dan koordinasi aktivitas-aktivitas yang berkaitan dengan aliran material baik di dalam maupun di luar perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Turban, Rainer, Porter. (2004). *Supply Chain Management*. http://id.wikipedia.org/wiki/Manajemen_rantai_suplai.
- Indrajit, Eko dan Richardus Djokopranoto. (2002). *Konsep Manajemen Supply Chain*. PT Grasindo. Jakarta.
- Gasperz, Vincent, Dr. (2001). *Total Quality Management*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Gunasekaran, A., Patel, C., Tirtiroglu, E., (2001), Performance Measurement and Metrics in a Supply Chain Environment, International Journal of Production and Operations Management, 21(2001), http://indonesianscm.web44.net/index.php?option=com_content&task=view&id=18&Itemid=2