

**IMPLEMENTASI SUPPLY CHAIN MANAGEMENT DALAM STRATEGI  
PRODUKSI**

Mata Kuliah : Supply Chain

Dosen Pengampu: Amin syukron, ST., MT



**Disusun Oleh :**

Muhammad Fauzi (16262011013)

**FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI  
PRODI TEKNIK INDUSTRI  
UNIVERSITAS NAHDLOTUL ULAMA AL-GHOZALI (UNUGHA)  
CILACAP  
2018**

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

*Supply Chain Management* (SCM) merupakan salah satu faktor kunci strategis untuk meningkatkan efektivitas organisasi dan untuk merealisasikan tujuan organisasi yang lebih baik seperti peningkatan daya saing, perbaikan layanan pelanggan dan peningkatan profitabilitas (Gunasekaran et al., 2001).

Tujuan utama dari *supply chain management* adalah untuk memenuhi permintaan pelanggan/*customer* yang lebih efisien (Sarode and Sunnapwar, 2010). Perusahaan memperoleh manfaat dari SCM misalnya berupa peningkatan keuntungan dan peningkatan operasi hanya ketika *supply chain* dipahami dengan jelas dan dikelola dengan baik (Elrod et al., 2013).

*Supply chain* merupakan aktivitas terintegrasi baik di internal perusahaan maupun antar perusahaan, sehingga permasalahan yang timbul pada satu aktivitas *supply chain* akan memiliki dampak yang signifikan terhadap profitabilitas, bukan hanya pada satu perusahaan, tetapi berpotensi di banyak perusahaan yang terlibat dalam semua proses *supply chain* tersebut (Osborn and Nault, 2012).

Adanya SCM di latar belakang praktik manajemen logistic tradisional yang bersifat adversarial pada era modern ini sudah tidak relevan lagi karena tidak dapat menciptakan keunggulan kompetitif dan perubahan lingkungan bisnis yang semakin cepat dengan persaingan yang semakin ketat.

### **1.2. Rumusan Masalah**

1. Mengapa perusahaan harus implementasikan strategi supply chain dalam persaingan?
2. Bagaimana hubungan supply chain dengan kualitas produk dan daya saing?

3. Mengapa postponement dibutuhkan dalam supply chain?
4. Bagaimana hubungan rancangan produk dengan daya saing?

### **1.3. Tujuan**

Tujuan dari pembuatan makalah ini antara lain :

1. Mampu mengimplementasikan strategi supply chain dalam daya saing .
2. Mengerti supply chain dengan kualitas produk dan daya saing.
3. Mengetahui postponement dalam supply chain.
4. Mengerti hubungan rancangan produk dengan daya saing

### **1.4. Manfaat**

Manfaat dari pembuatan makalah ini antara lain :

- Mengerti Strategi tentang supply chain management.
- Mampu merancang produk yang baik dalam dunia saing.
- Menambah wawasan tentang SCM.

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### 2.1. implementasikan strategi supply chain dalam persaingan

Pelanggan saat sekarang tidak bisa memberi toleransi terhadap produk dan jasa yang tidak berkualitas atau bervariasi, cepat atau lambat pelanggan pasti akan meninggalkannya. Jika ingin tetap bertahan apalagi untuk memenangkan persaingan, maka menerapkan *total quality management*, sudah menjadi keharusan bagi perusahaan.

Utuk menanggulangi beberapa ketidakpastian tersebut, maka perlu adanya suatu strategi dalam supply chain management sehingga efisiensi perusahaan dapat tercapai

Strategi yang harus diperhatikan perusahaan yaitu :

a) Kualitas harus bisa dirasakan oleh pelanggan.

menciptakan produk atau jasa yang berkualitas, haruslah dimulai dengan mengetahui apa yang menjadi kebutuhan dari pelanggan di segmen pasar yang menjadi target tersebut. Jika customer membutuhkan dan menginginkan produk yang tahan lama atau memiliki kinerja yang tinggi, maka kualitas akan hal inilah yang harus tingkatkan oleh perusahaan.

b) Kualitas memerlukan mitra yang berkualitas.

Jadi penting bagi perusahaan untuk bekerjasama dengan pemasok serta supplier yang berkualitas juga.

### c) Kualitas harus selalu disempurnakan

Perusahaan yang ingin menerapkan total quality management, harus yakin dengan *kaizen*, “*perbaiki terus menerus atas segala sesuatu oleh semua orang*”. Dan cara terbaik untuk menyempurnakan kualitas adalah dengan *benchmarking*, yaitu mengukur kinerja dengan membandingkan dengan pesaing terbaik di kelasnya.

## **2.2. supply chain dengan kualitas produk dan daya saing**

Indrajit dan Djokopranoto (2002) menyatakan bahwa persaingan bisnis yang semakin ketat dalam era globalisasi ini menuntut perusahaan untuk menyusun strategi bisnisnya. Jika dilihat secara mendalam, ternyata esensi dari persaingan terletak pada bagian sebuah perusahaan dapat mengimplementasikan proses penciptaan produk dan atau jasanya secara lebih murah , lebih baik dan cepat (*cheaper, better and faster*) dibandingkan dengan pesaing bisnisnya. Usaha untuk menciptakan rangkaian proses tersebut bukanlah target seketika, melainkan bersifat dinamis, dalam arti harus selalu di upayakan secara terus menerus dan berkesinambungan. Sejauh perusahaan masih bisa memperbaiki kinerjanya, maka sejauh itu pula perusahaan cenderung akan mampu bertahan dalam ketatnya kompetisi global. Berdasarkan fenomena yang terjadi dinegara-negara maju, ternyata kunci dari peningkatan kinerja perusahaan terletak pada kemampuan perusahaan dalam bekerja sama dengan mitra bisnisnya.

## **2.3. postponement dibutuhkan dalam supply chain**

Salah satu hal yang menjadi sorotan dalam persaingan pasar saat ini adalah kemampuan produsen untuk menghasilkan produk sesuai dengan keinginan dan spesifikasi tertentu dari konsumen tetapi dapat diproduksi secara masal sehingga biaya produksi rendah. Perusahaan harus mampu melakukan mass customization melalui penundaan pengerjaan diferensiasi produk pada titik akhir dalam rantai pasoknya dengan postponement strategy. Dengan menunda proses diferensiasi produk maka mata rantai produksi sebelum proses diferensiasi dapat dilakukan

secara masal dan hanya proses akhir saja yang merupakan proses kustomisasi. Penerapan strategi ini dapat membantu perusahaan dalam meningkatkan level of customization, pengurangan lead time, dan menekan biaya persediaan serendah mungkin. Dengan strategi efisiensi ini, perusahaan-perusahaan dapat mewujudkan produk yang yang diminta oleh konsumen secara spesifik sehingga harga jual lebih tinggi tetapi tetap dapat menjaga biaya produksi yang rendah.

#### **2.4. hubungan rancangan produk dengan daya saing**

Keadaan persaingan bisnis dalam pasar global saat ini sangat tidak stabil dan tidak dapat diprediksi. Hal ini dikarakteristikan dengan berbagai perubahan kebutuhan dan keinginan konsumen, serta perkembangan pesat teknologi. Perusahaan global berkelas global dunia yang beroperasi dalam pasar global harus mampu memiliki kinerja berkelas dunia. Perencanaan bisnis yang tepat melalui proses transformasi bisnis diperlukan dalam menghadapi kondisi persaingan yang semakin tidak dapat diprediksi. Simulasi model sistem pendukung pengambilan keputusan bisnis perlu dianalisis dalam pengambilan keputusan karena berkaitan dengan pendapatan dan pembagian keuntungan secara keseluruhan (Anatan dan Ellitan, 2008).

Perusahaan menghadapi tekanan yang makin kuat untuk memperbaiki efisiensi operasional demi tercapainya peningkatan daya saing dan kinerja bisnis secara menyeluruh.

## **BAB III**

### **PEMBAHASAN**

#### **3.1. implementasikan strategi supply chain dalam persaingan**

Seiring dengan perkembangan zaman yang semakin canggih banyak pelanggan saat sekarang tidak bisa memberi toleransi terhadap produk yang tidak berkualitas atau bervariasi, sehingga lama kelamaan pelanggan akan meninggalkannya, dengan demikian harus adanya produk yang bervariasi agar pelanggan tetap memilih produk yang diproduksi oleh perusahaan, seperti halnya perusahaan mobil Toyota apabila tidak memperhatikan kualitas maka akan ditinggalkan oleh pelanggan dengan demikian adanya pembaharuan atau variasi

#### **3.2. supply chain dengan kualitas produk dan daya saing**

persaingan bisnis yang semakin ketat dalam era globalisasi ini menuntut perusahaan untuk menyusun strategi bisnisnya. Jika dilihat secara mendalam, ternyata esensi dari persaingan terletak pada bagian sebuah perusahaan dapat mengimplementasikan proses penciptaan produk dan atau jasanya secara lebih murah, lebih baik dan cepat (cheaper, better and faster) dibandingkan dengan pesaing bisnisnya Yang dikemukakan oleh Indrajit dan Djokopranoto (2002). Seperti halnya yang dilakukan perusahaan mobil Toyota adanya supply chain mampu management pembuatan mobil dengan tepat waktu, mengurangi cacat, tepat waktu bertujuan untuk memuaskan pelanggan.

#### **3.3. postponement dibutuhkan dalam supply chain**

kemampuan produsen untuk menghasilkan produk sesuai dengan keinginan dan spesifikasi tertentu dari konsumen tetapi dapat diproduksi sehingga biaya produksi rendah. Dengan menunda proses diferensiasi produk maka mata rantai produksi sebelum proses diferensiasi dapat dilakukan secara massal dan hanya proses akhir saja yang merupakan proses kustomisasi. Penerapan strategi ini dapat membantu perusahaan dalam meningkatkan level of customization,

pengurangan lead time, dan menekan biaya persediaan serendah mungkin. Dengan strategi efisiensi ini, perusahaan-perusahaan dapat mewujudkan produk yang yang diminta oleh konsumen secara spesifik sehingga harga jual lebih tinggi tetapi tetap dapat menjaga biaya produksi yang rendah.

#### **3.4. hubungan rancangan produk dengan daya saing**

Dengan pesatnya perkembangan di pasar global maupun teknologi, perusahaan harus mampu memenuhi kebutuhan pasar dengan menciptakan produk yang baru yang bervariasi, berkualitas yang bagus dan efisien. Untuk menghadapi kondisi persaingan yang tidak dapat diprediksi yang sesuai dengan pendapat (Anatan dan Ellitan, 2008). Perusahaan mampu memperbaiki efisiensi operasional demi tercapainya peningkatan daya saing secara menyeluruh.

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **Kesimpulan**

##### **4.1 implementasikan strategi supply chain dalam persaingan.**

Perusahaan harus mampu mengimplementasikan supply chain, karena pelanggan atau pengguna tidak bisa memberi toleransi terhadap produk yang tidak berkualitas, untuk itu kualitas sangatlah diperlukan oleh perusahaan dengan seperti adanya produk yang bervariasi pelanggan tidak akan merasakan bosan karenanya banyak pilihan dan menjaga kualitas produk yang terjangkau agar bisa dinikmati oleh pelanggan.

##### **4.2 supply chain dengan kualitas produk dan daya saing**

Di zaman yang sudah maju dengan banyaknya produk yang bermacam-macam menuntut perusahaan bisa menyusun cara yang atau strategi agar produk yang diproduksi oleh perusahaan masih bisa dinikmati konsumen dipasaran. Serta memproduksi produk yang berkualitas dan harga relative murah supaya konsumen banyak yang memakai produk yang kita produksi. Tahap pengiriman produk atau barang harus tepat waktu untuk menjadi kepercayaan oleh konsumen.

##### **4.3 postponement dibutuhkan dalam supply chain**

menghasilkan produk sesuai dengan keinginan dan spesifikasi tertentu dari konsumen tetapi dapat diproduksi sehingga biaya produksi rendah. Dengan menunda proses diferensiasi produk maka produksi sebelum proses diferensiasi dapat dilakukan secara masal dan hanya proses akhir saja yang merupakan proses kustomisasi.

#### **4.4 hubungan rancangan produk dengan daya saing**

Dengan pesatnya perkembangan dipasar global maupun teknologi, perusahaan haarus mampu memenuhi kebutuhan pasar dengan menciptakan produk yang baru yang bervariasi, berkualitas yang bagus dan efesien.

## Daftar Pusaka

1. <https://distribusipemasaran.com/total-quality-marketing-menciptakan-daya-saing/>
2. <http://journal.trunojoyo.ac.id/rekayasa/article/view/2107>
3. <https://dazzdays.wordpress.com/tag/postponement-strategy/>
4. <http://erepo.unud.ac.id/10715/3/ace55f73c222ffc9cf26e11adbdda972.pdf>
5. <https://sriwijayanti.wordpress.com/2016/06/29/pentingnya-supply-chain-di-era-persaingan-bisnis-yang-semakin-ketat/>
6. [http://www.academia.edu/29000254/MAKALAH\\_STRATEGI\\_SUPPLY\\_CHAIN\\_MANAGEMENT](http://www.academia.edu/29000254/MAKALAH_STRATEGI_SUPPLY_CHAIN_MANAGEMENT)
7. <https://distribusipemasaran.com/total-quality-marketing-menciptakan-daya-saing/>(diakses 22 juli 2018)
8. <https://sriwijayanti.wordpress.com/2016/06/29/pentingnya-supply-chain-di-era-persaingan-bisnis-yang-semakin-ketat/>(diakses 22 juli 2018)
9. <https://dazzdays.wordpress.com/tag/postponement-strategy/>(diakses 22 juli 2018)
10. [http://erepo.unud.ac.id/10715/3/ace55f73c222ffc9cf26e11adbdda972.p](http://erepo.unud.ac.id/10715/3/ace55f73c222ffc9cf26e11adbdda972.pdf)  
[df](http://erepo.unud.ac.id/10715/3/ace55f73c222ffc9cf26e11adbdda972.pdf)(diakses 22 juli 2018)
11. <http://www.intipesan.com/sp-21313/>(diakses 23 juli 2018)
12. <https://media.neliti.com/media/publications/184212-ID-analisa-pengaruh-supply-chain-management.pdf>(diakses 23 juli 2018)
13. <https://dazzdays.wordpress.com/tag/postponement-strategy/>(diakses 23 juli 2018)
14. <https://media.neliti.com/media/publications/176002-ID-strategi-inovasi-pengembangan-produk-dan.pdf>(diakses 23 juli 2018)
15. [http://eprints.ums.ac.id/21799/2/BAB\\_I.pdf](http://eprints.ums.ac.id/21799/2/BAB_I.pdf)(diakses 23 juli 2018)
16. <http://e-journal.uajy.ac.id/3995/2/1TI05875.pdf>(diakses 23 juli 2018)

