

SUPPLY CHAIN MANAGEMENT (SCM)

1 - Introduction

Perkuliah

POKOK BAHASAN

1. Pengantar Manajemen Rantai Pasok
2. Jaringan Rantai Pasok
3. Perencanaan Permintaan dan Penawaran dlm Rantai Pasok
4. Perencanaan dan Pengelolaan Persediaan dlm Rantai Pasok
5. Manajemen Pengadaan
6. IT dalam Manajemen Rantai Pasok

TUJUAN

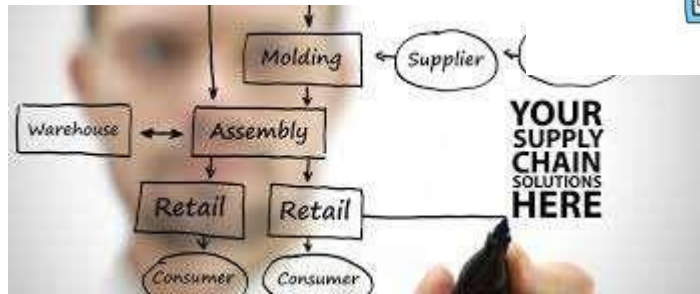
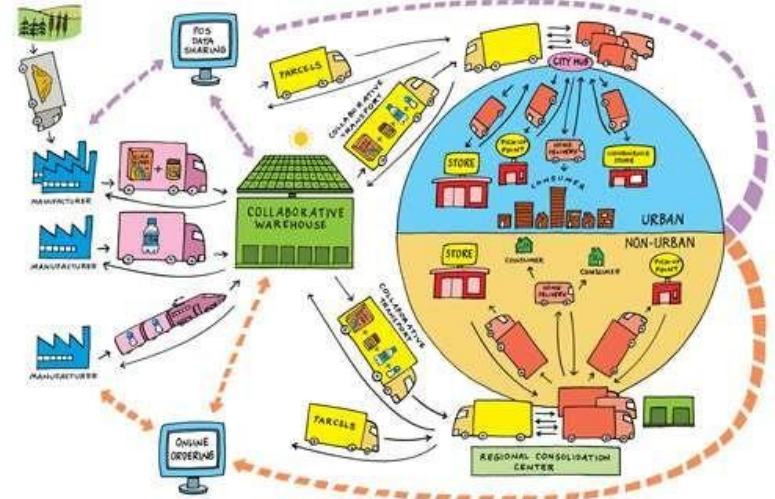
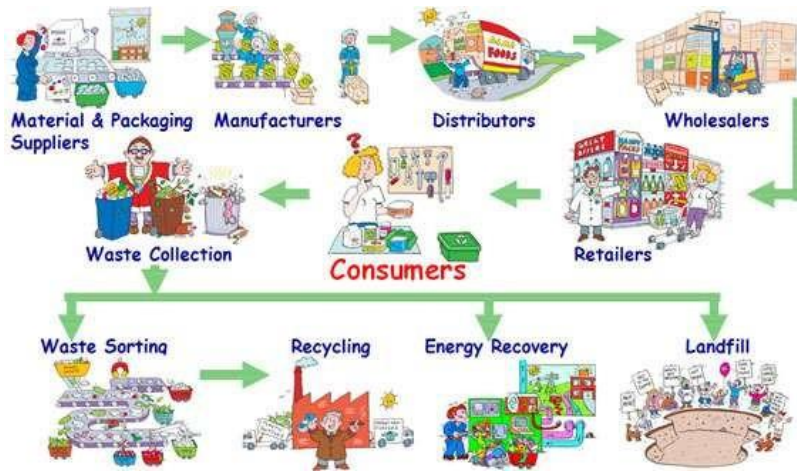
- Mahasiswa mampu **memahami** dan memiliki pengetahuan yang cukup mengenai Manajemen Rantai Pasok dan komponennya serta memiliki kemampuan untuk **menganalisa** komponen Manajemen Rantai Pasok dihubungkan dengan pemanfaatan teknologi informasi untuk mendukung implementasinya baik secara individu maupun secara berkelompok dengan berkerja dalam tim.

Perkuliahahan

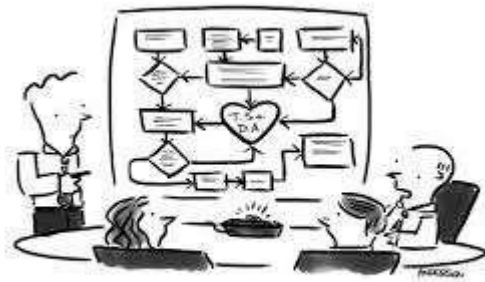
Utama

Online Reading

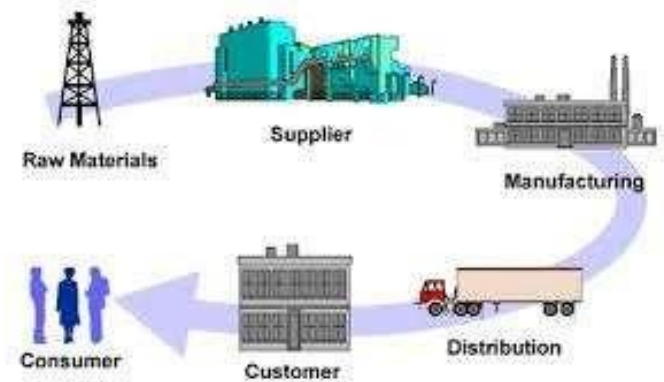
- Sunil Chopra & Peter Meindl, Supply Chain Management, Strategy, Planning, and Operation, 2nd Ed, Prentice Hall, 2004
- I Nyoman Pujawan, Supply chain management, Guna Widya, 2005
- Douglas M. Lambert, Supply Chain Management, Processes, Partnerships, Performance, 3rd Ed, Hartley Press, Inc. , 2008
- I Nyoman Pujawan & Mahendrawati ER, Supply Chain Management, Edisi Kedua, Guna Widya, 2010
- Indrajit, Eko dan R. Djokopranoto. *Konsep Manajemen Supply Chain: Strategi Mengelola Manajemen Rantai Pasokan Bagi Perusahaan Modern di Indonesia*. Grasindo, Jakarta (2002).
- Fundamentals of Supply Chain Management – Online Course Module <https://www.supplychainonline.com/>



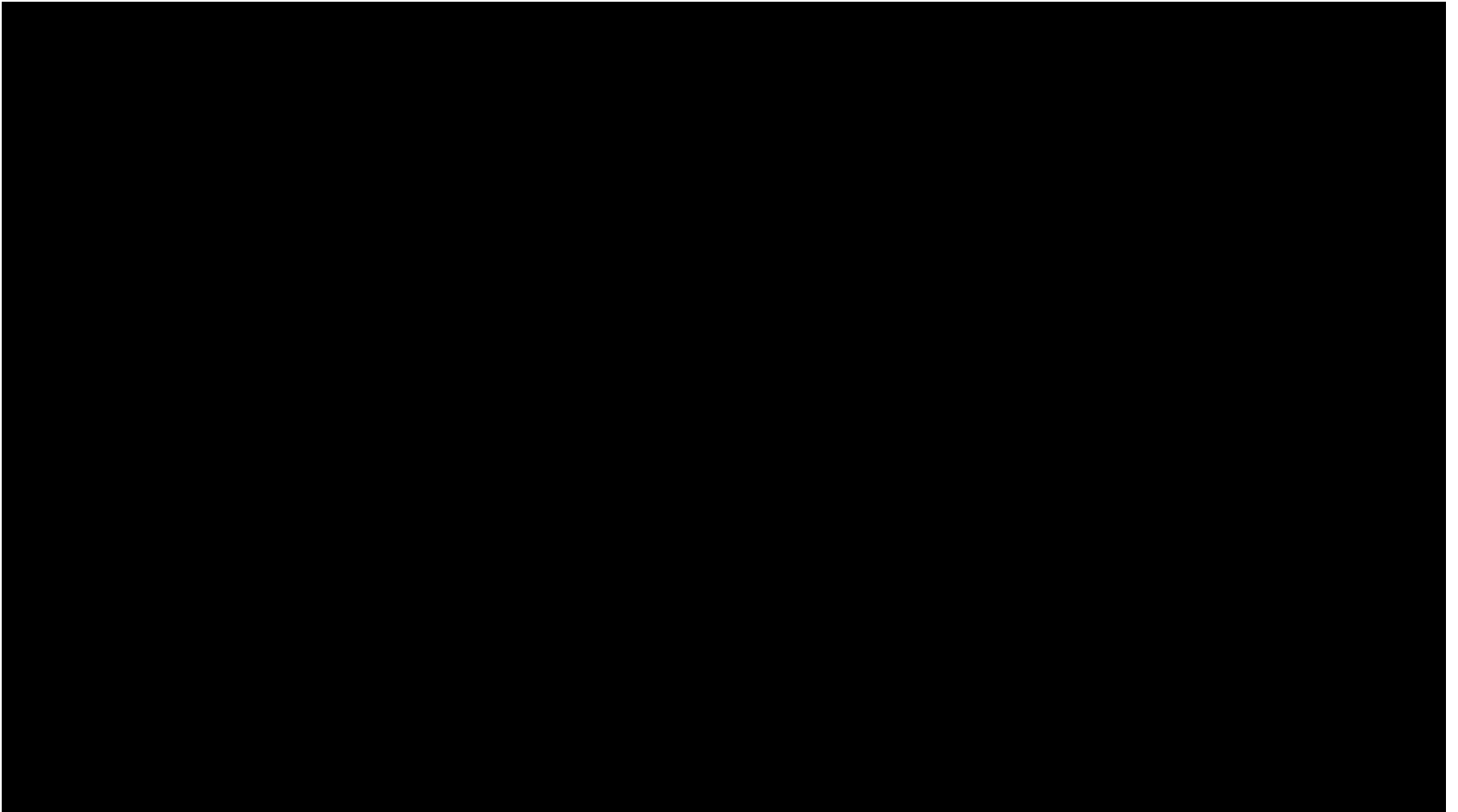
© RASEL ANDERSON WWW.ANDERSTOONS.COM



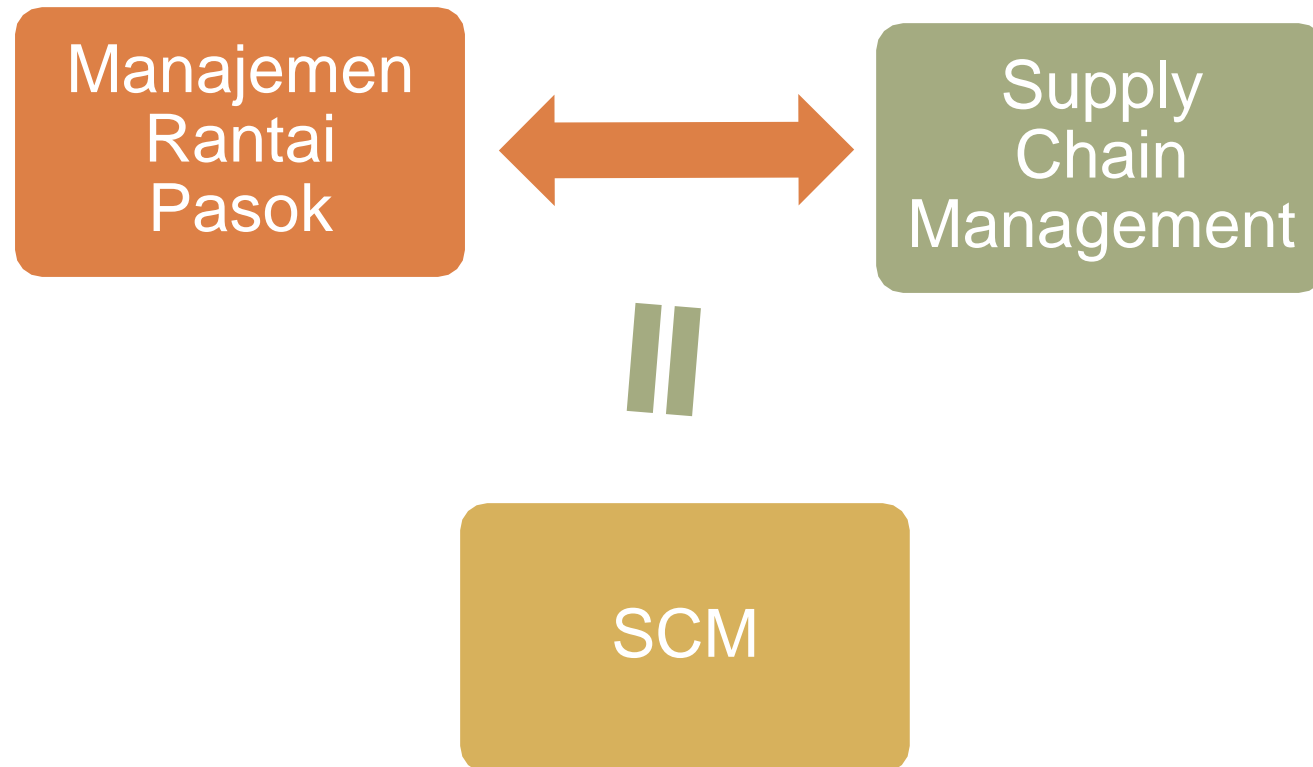
"OK, but what happens to the supply chain if you and Debbie break up?"



What is SCM ? :D



Istilah



Definisi SCM

Merupakan pengelolaan kegiatan-kegiatan dalam rangka

Memperoleh bahan mentah

Mentrasnformasikan bahan mentah tersebut menjadi barang dalam proses dan barang jadi

Mengirim produk tersebut ke konsumen melalui sistem distribusi

Dasar pemikiran SCM

Fokus pada pengurangan hal yang tidak berguna (sia-sia) dan memaksimalkan nilai pada rantai pasok.


- Persediaan yang berlebihan

Orientasi kepada pelanggan dalam hal :


- Mutu
- Harga
- Layanan

Tingkat Kepentingan SCM

SCM berkaitan dgn siklus lengkap bahan baku dari pemasok ke produksi, ke gudang, ke distribusi sampai ke konsumen



Perusahaan meningkatkan kemampuan bersaing melalui penyesuaian produk, kualitas yang tinggi, pengurangan biaya dan kecepatan mencapai pasar



Banyak peluang tersedia dalam SCM untuk meningkatkan nilai produk dengan biaya rendah

Contoh SCM



Contoh SCM

Pihak Terkait

1. Penghasil gandum
2. Penghasil tebu
3. Penghasil garam
4. Penghasil aluminium
5. Pabrik tepung terigu
6. Pabrik Gula

Pihak Terkait

7. Distributor Garam
8. Pabrik Kaleng
9. Pabrik Biskuit
10. Pergudangan
11. Supermarket
12. Perusahaan transportasi

Contoh SCM



Dasar pemikiran SCM

Fokus pada pengurangan hal yang tidak berguna (sia-sia) dan memaksimalkan nilai pada rantai pasok.

- Persediaan yang berlebihan

Orientasi kepada pelanggan dalam hal :

- Mutu
- Harga
- Layanan

Definisi SCM

- Supply chain management is a set of approaches utilized to efficiently integrate suppliers, manufacturers, warehouses, and stores, so that merchandise is produced and distributed at the right quantities, to the right locations, and at the right time, in order to minimize system wide costs while satisfying service



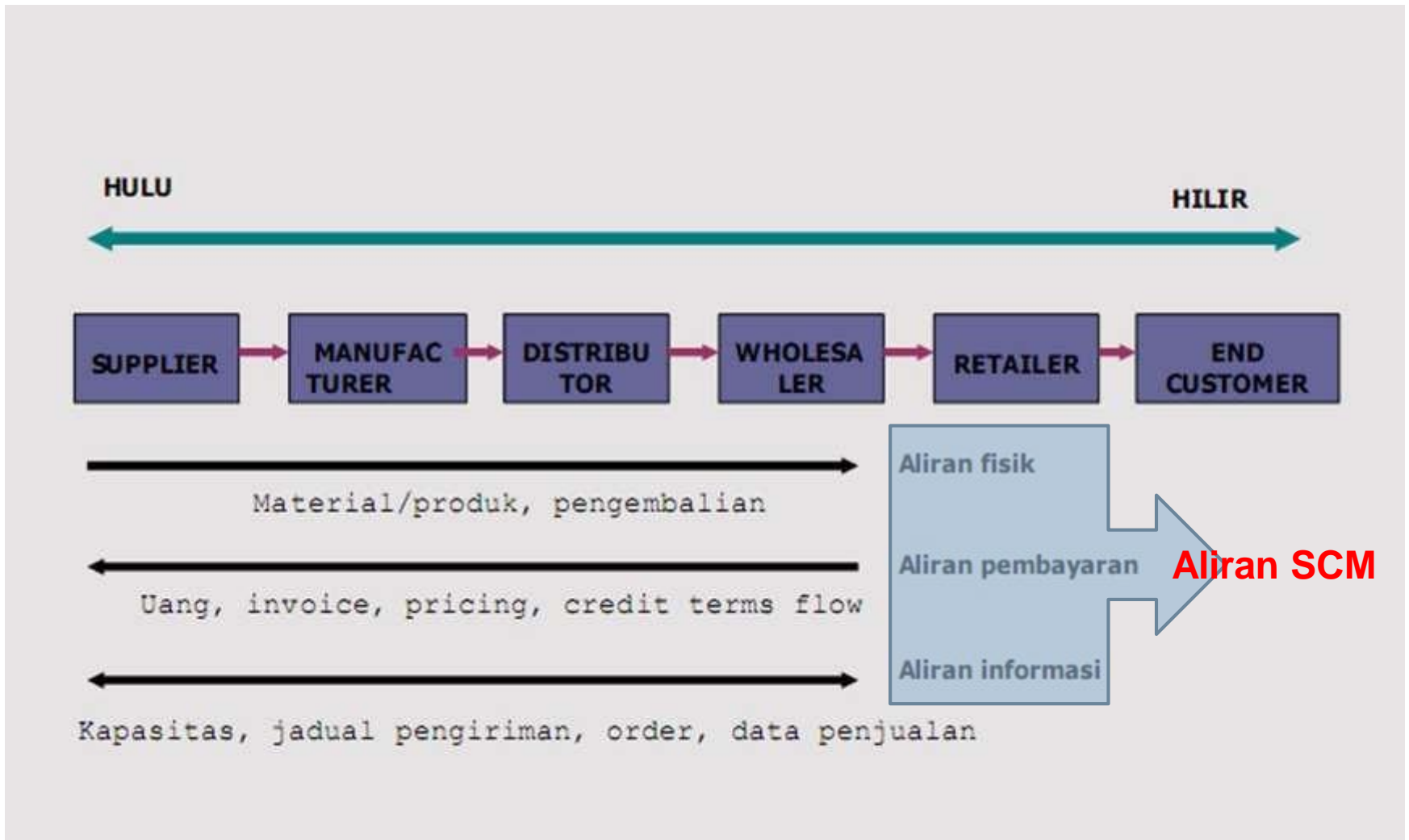
TUJUAN SCM

Tujuan SCM

- Untuk memaksimalkan nilai yang dihasilkan secara keseluruhan (Chopra, 2001, h5).
- Rantai suplai yang terintegrasi akan meningkatkan keseluruhan nilai yang dihasilkan oleh rantai suplai tersebut.
- Efficient supply chain management must result in tangible business improvements. *Manajemen Rantai Pasok yang efisien harus menghasilkan peningkatan bisnis yang nyata*
- It is characterized by a sharp focus on
 - □ Revenue growth
 - □ Better asset utilization
 - □ Cost reduction.

CAKUPAN SCM

Struktur SCM sederhana



Area Cakupan SCM



Kegiatan Merancang Produk

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

Penerapan SCM pada perusahaan

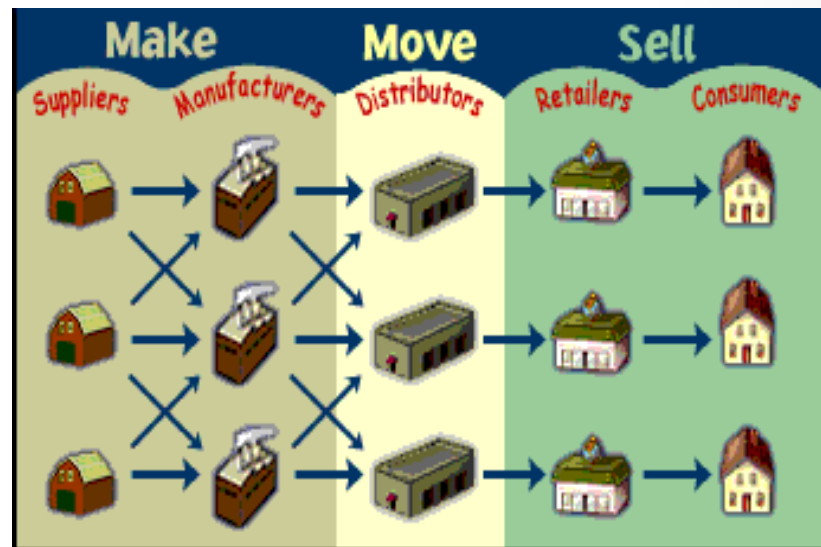
- Profile perusahaan. (Visi, Misi)
 - Sejarah perusahaan. (Perkembangan perusahaan)
 - Bagaimana penerapan SCM pada perusahaan perusahaan tsb.
-
- Perusahaan :
 - Aqua.
 - Nokia.
 - Indomie.
 - Coca cola.
 - Pepsodent.
 - Baterai ABC.
 - Farmasi (Obat)

SCM

- Supply chain : serangkaian supplier, manufacturer, distributor dan retailer yang bekerja sama untuk mensuply produk tertentu

- Pihak yg terlibat :

- Customer
- Supplier
- Distributor
- Pabrik
- Toko atau ritel
- Perusahaan pendukung seperti jasa logistik, transportasi, gudang



Chain 1



- Awal mula jaringan, yang merupakan sumber penyedia bahan pertama.
- Bentuk: bahan baku, bahan mentah, bahan penolong, bahan penjualan, sub-assemblies, suku cadang, dll.
- Sumber pertama disebut dengan suppliers, termasuk di dalamnya: *suppliers' suppliers* atau *sub-suppliers* yang biasanya jumlahnya banyak. •

Chain 1 – 2



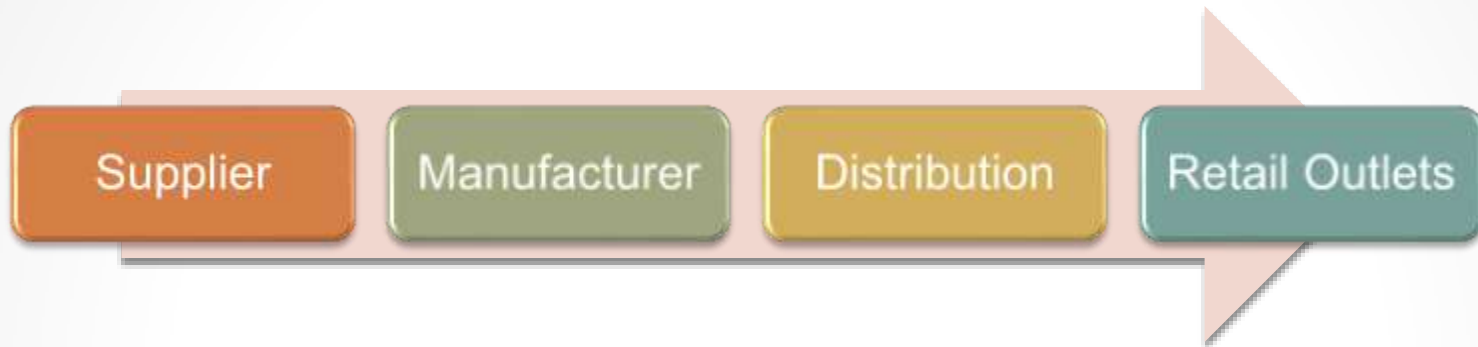
- Rantai pertama dihubungkan dengan rantai ke dua yaitu manufacturer atau plants atau assembler atau fabricator atau bentuk lain yang melakukan pekerjaan membuat, memfabrikasi, merakit, mengkonversikan atau menyelesaikan barang (finishing).

Chain 1 – 2 – 3



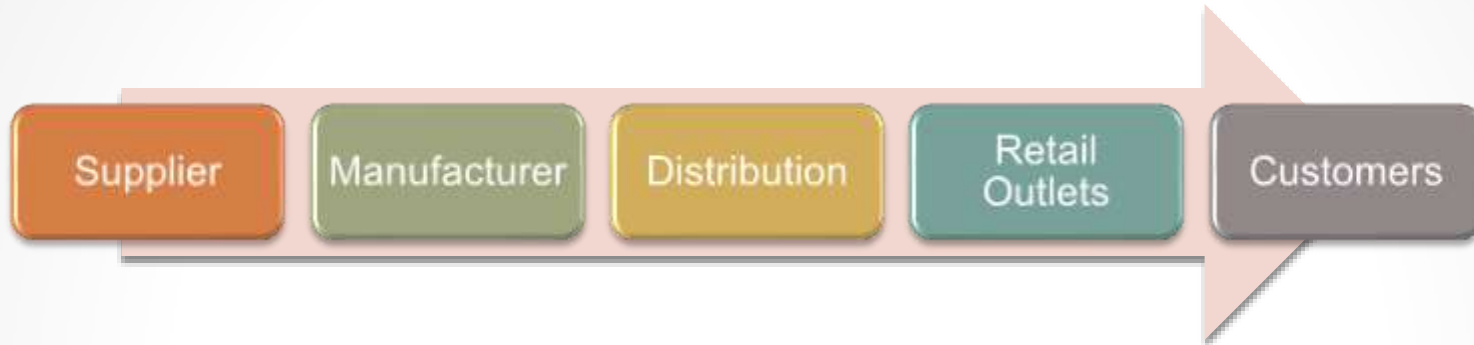
- Barang yang sudah jadi mulai disalurkan oleh manufacturer ke pelanggan.
- Barang dari pabrik disalurkan melalui gudang ke gudang distributor atau wholesaler atau pedagang besar dalam jumlah besar.

Chain 1 – 2 – 3 – 4



- Pedagang besar biasanya mempunyai gudang sendiri atau menyewa gudang dari pihak lain.
- Gudang dipakai untuk menimbun barang sebelum disalurkan ke pihak pengecer.
- Disini dapat dilakukan penghematan dalam bentuk jumlah inventory dan biaya gudang, dengan cara melakukan desain kembali pola pengiriman barang baik dari manufacturer maupun ke pengecer.

Chain 1 – 2 – 3 – 4 – 5



- Barang ditawarkan oleh pengecer atau retailers langsung ke pelanggan atau pengguna barang tersebut.
- Yang termasuk outlet adalah tempat dimana pembeli akhir melakukan pembelian : toko, warung, dept store, supermarket, koperasi,dll.
- Walau merupakan rantai terakhir, tetapi sebetulnya masih ada satu mata rantai lagi yaitu pembeli yang mendatangi retail outlet ke real customers atau real user.
- Mata rantai benar-benar berhenti jika barang telah sampai ke pemakai yang sebenarnya.

Dell Computer Supply Chain

- Ketika customer membeli secara online dari Dell Computer, supply chain yang terlibat;
 - Customers
 - Dell web site takes the customer's order
 - Dell assembly plant
 - Dell's suppliers
- Setelah mendapatkan produk yang dipilih, customer memasukan orders information dan membayar. Customers dapat melihat pada Web site untuk menge-check status order
- Dell's assembly plant memenuhi customer's order
- Dell Computer menerima komponen dari beberapa supplier dan mensuplay produk melalui beberapa freight transportations
- Dell computer tidak memiliki retailer, wholesaler

Tujuan dari Supply Chain

- Sumber pendapatan (revenue) supply chain : the customer
- Sumber biaya (cost) supply chain : aliran informasi, produk, dan uang antara masing-masing tahapan the supply chain
- ***Supply chain management adalah manajemen terhadap aliran antar dan diantara tahapan supply chain untuk maximize total supply chain profitability***

Tujuan dari Supply Chain

- Example:
- Dell menerima \$ 2.000 dari pelanggan untuk komputer (pendapatan)
- Supply chain menimbulkan biaya (informasi, penyimpanan, transportasi, komponen, perakitan, dll)
- Perbedaan antara \$ 2000 dan jumlah dari semua biaya ini adalah keuntungan rantai pasokan
- Supply chain profitabilitas total keuntungan yang akan dibagi di semua tahap rantai pasokan
- Keberhasilan rantai suplai harus diukur dengan jumlah rantai pasokan profitabilitas, bukan keuntungan pada tahap individu

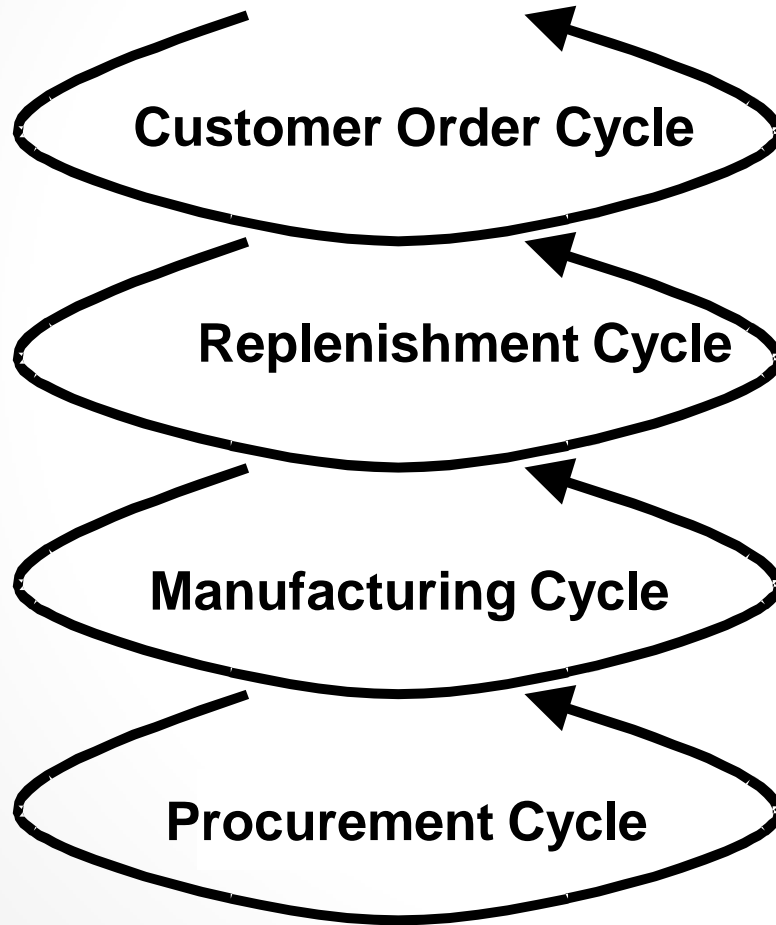
Case Report at a Glance Supply Chain

Supply Chain Strategy or Design

Supply Chain Planning

Supply Chain Operation

Cycle View of Supply Chain



- Customer

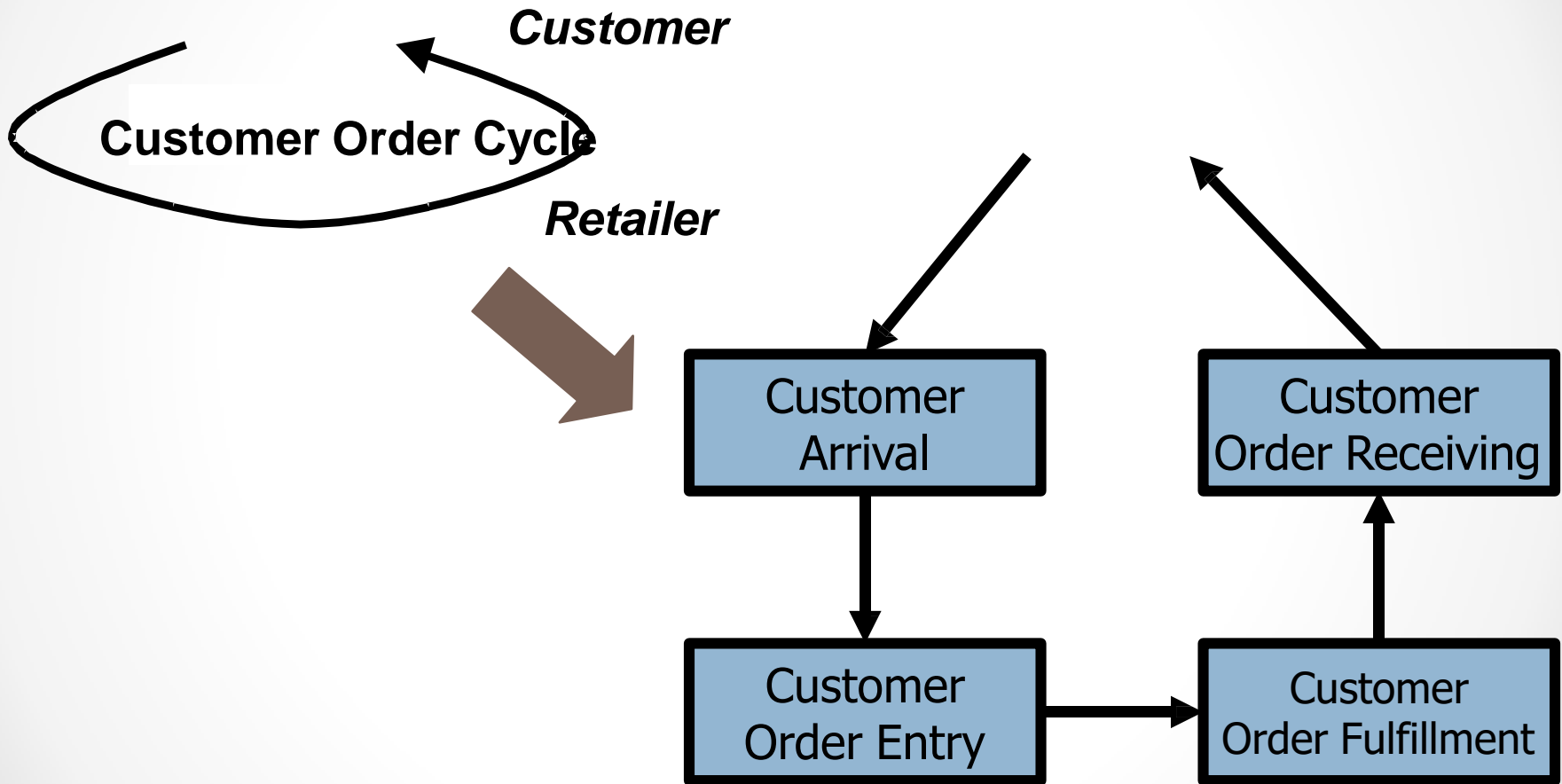
- Retailer

- Distributor

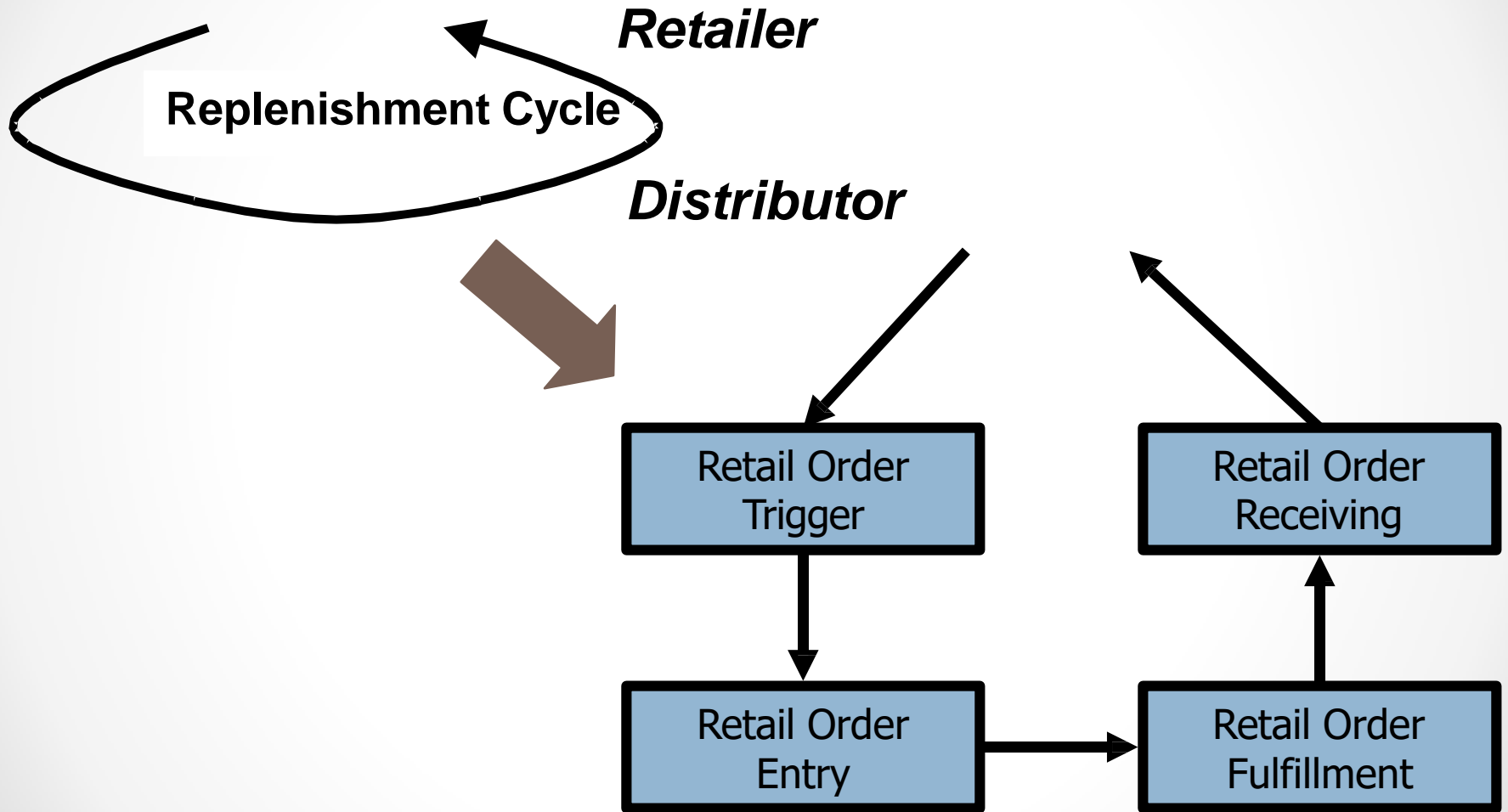
- Manufacturer

- Supplier

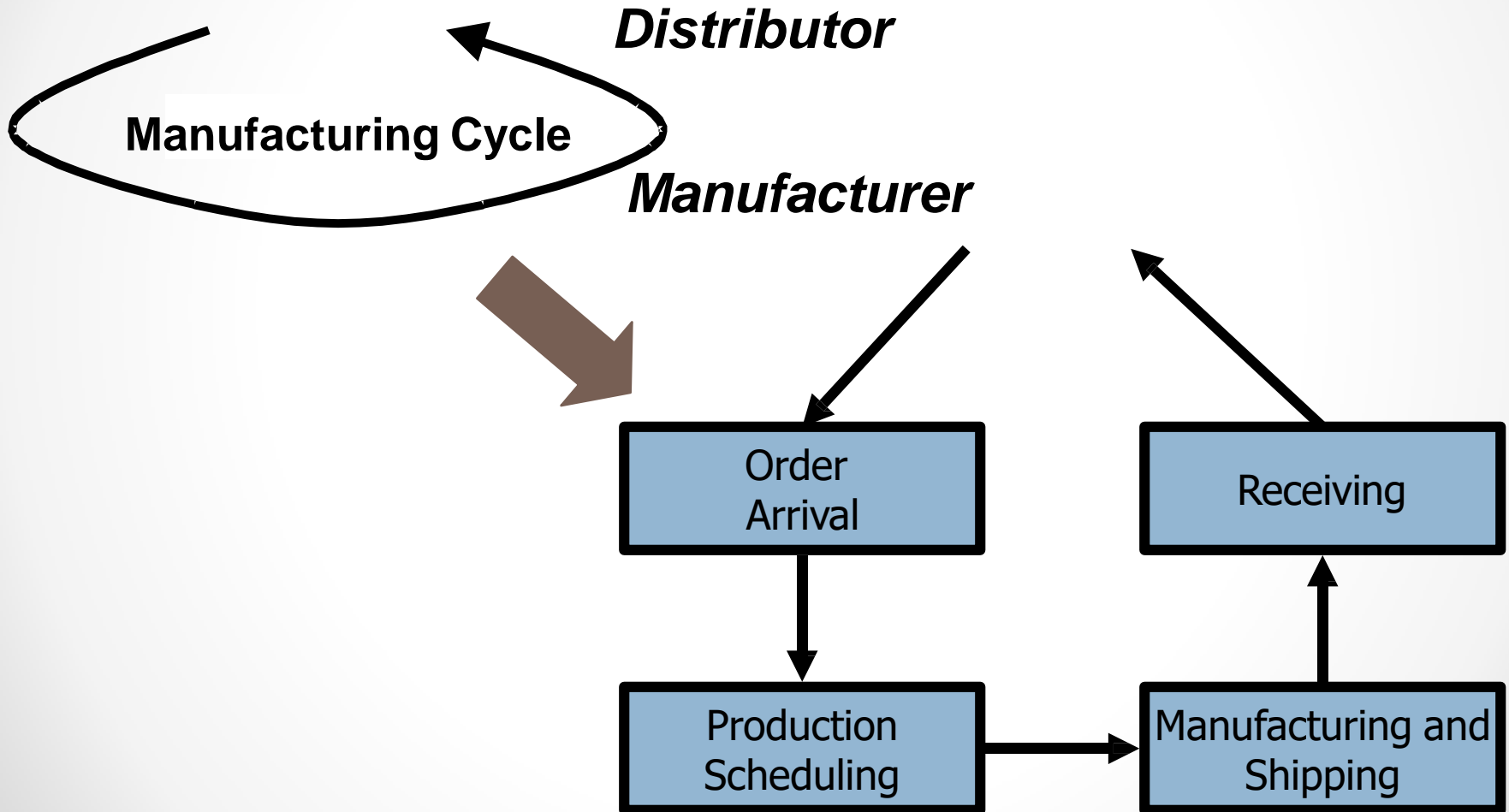
Customer Order Cycles



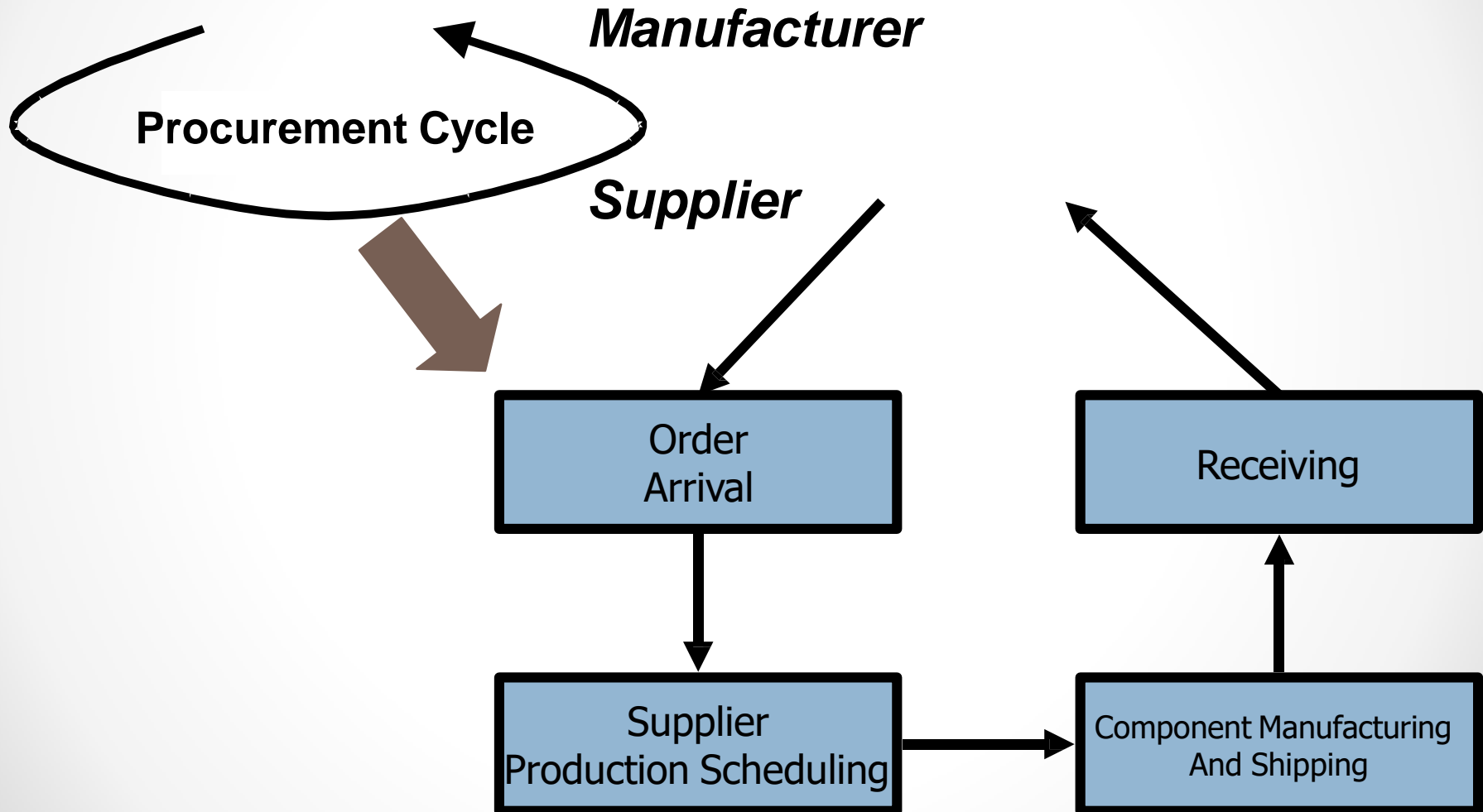
Replenishment Cycles



Manufacturing Cycle



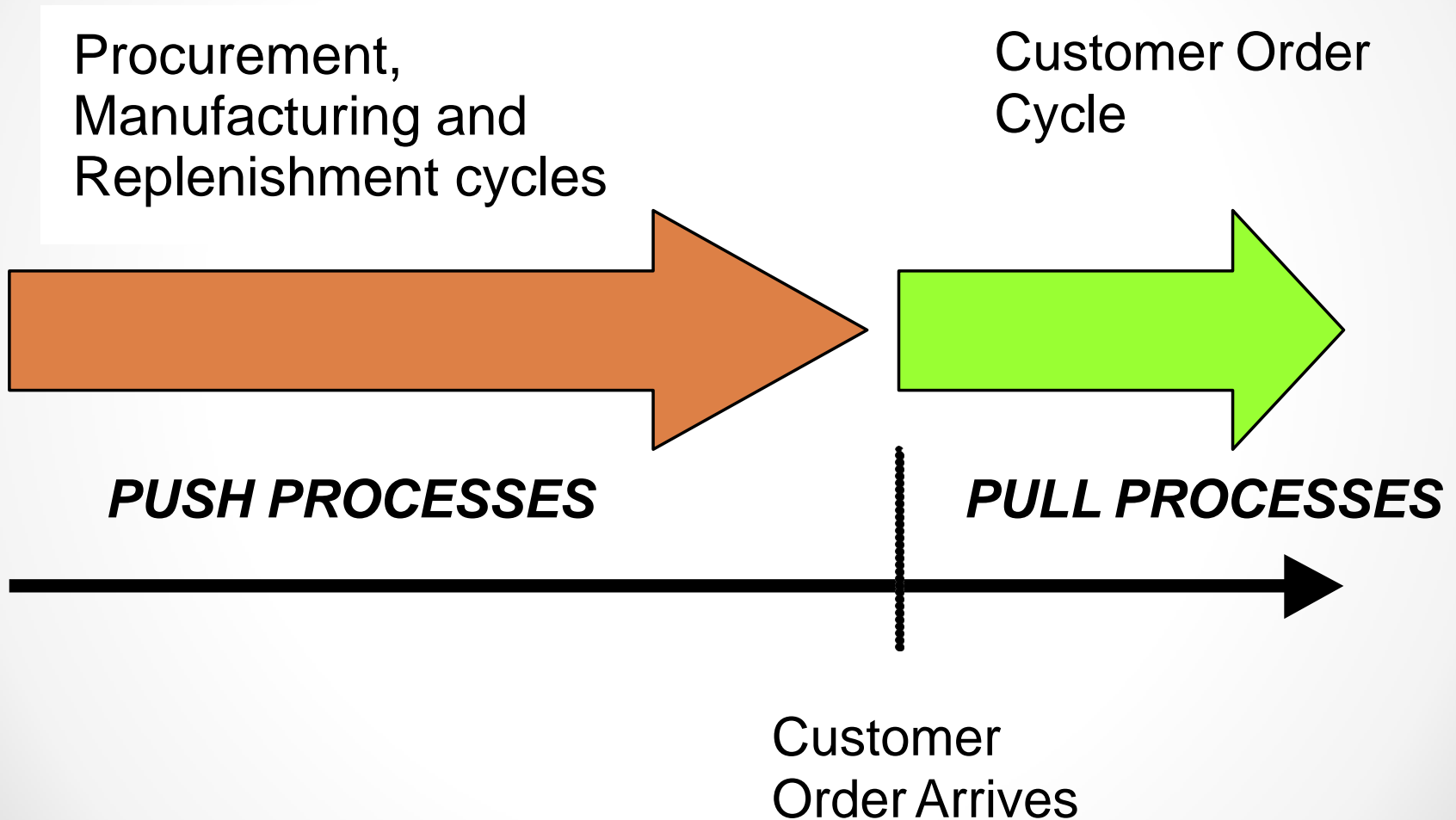
Procurement



Push/Pull View of Supply Chain Processes

- Proses Supply chain masuk pada salah satu dari dua kategori tergantung dari waktu pelaksanaan terhadap **customer demand**
 - ▣ Pull: pelaksanaan berdasarkan respon customer order (reactive)
 - ▣ Push: pelaksanaan berdasarkan antisipasi terhadap customer orders (speculative)

Push/Pull View of Supply Chains



Tugas Kelompok

18

- Lakukan studi literatur untuk mengetahui strategi yang digunakan oleh PT Nissin Biscuit Indonesia untuk bertahan dalam industri makanan di Indonesia
- Cantumkan sumber studi literatur
- Submit sebelum hari Selasa, 5 April 2021