

## PERAN SUPPLY CHAIN MANAGEMENT DALAM SISTEM PRODUKSI DAN OPERASI PERUSAHAAN X

Elok Farikhatul Ilmiah<sup>1</sup>, Pidie Tri Cahyanti<sup>2</sup>, Sheyla Intan P.<sup>3</sup>, Yasmine Salsabilla Firdaus<sup>4</sup>, Ahmad Zaki Sholahudin<sup>5</sup>, Arthur Daniel Limantara<sup>6</sup>  
<sup>1),2),3),4),5),6)</sup> Universitas Nusantara PGRI Kediri, Jl. K.H. Ahmad Dahlan No.76, Mojoroto, Kota Kediri, Jawa Timur  
[yasmine.salsabilla29@gmail.com](mailto:yasmine.salsabilla29@gmail.com)

### Informasi Artikel

Tanggal Masuk : 05/07/2023

Tanggal Revisi : 13/07/2023

Tanggal Diterima : 17/07/2023

### Abstract

*Supply Chain Management is an activity that streamlines the integration of suppliers, manufacturers, warehouses, and storage so that goods are produced and distributed in the right quantity, at the right place, and at the right time to minimize costs and ensure service satisfaction for consumers. Currently, many companies are introducing Supply Chain Management systems to increase the company's competitiveness against other companies. Supply Chain Management is a strategic competitive tool for companies that make logistics issues their competitive strategy to stay ahead of the competition. The purpose of this journal is to find out the role of Supply Chain Management in the production and operation of the company, useful for providing value to consumers in terms of availability and speed of service. So that consumers feel the benefits of the product even though it is physically relatively similar to other products.*

**Keywords:** *Supply Chain Management, System Production, The Company's Operations*

### Abstrak

*Supply Chain Management* adalah aktivitas yang merampingkan integrasi pemasok, pabrikan, gudang, dan penyimpanan sehingga barang diproduksi dan didistribusikan dalam jumlah yang tepat, di tempat yang tepat, dan pada waktu yang tepat untuk meminimalkan biaya dan memastikan kepuasan layanan untuk konsumen. Saat ini banyak perusahaan yang memperkenalkan sistem *Supply Chain Management* untuk meningkatkan daya saing perusahaan terhadap perusahaan lain. *Supply Chain Management* adalah alat kompetitif strategis bagi perusahaan yang menjadikan masalah logistik sebagai strategi kompetitif mereka untuk tetap berada di depan persaingan. Tujuan jurnal ini adalah untuk mengetahui peran *Supply Chain Management* dalam produksi dan operasi perusahaan, berguna untuk memberikan nilai kepada konsumen dalam hal ketersediaan dan kecepatan layanan. Sehingga konsumen merasakan manfaat dari produk tersebut meskipun secara fisik relatif mirip dengan produk lainnya.

**Kata Kunci:** *Supply Chain Managemet, Sistem Produksi, Operasi Perusahaan*

### PENDAHULUAN

Pada prinsipnya konsumen berharap dapat memperoleh produk yang bermanfaat pada tingkat harga yang dapat diterima. Untuk memenuhi keinginan konsumen tersebut, setiap perusahaan berusaha memanfaatkan segala sumber daya dan kemampuannya dengan sebaik-baiknya untuk memberikan nilai pada harapan konsumen. Penerapan upaya tersebut tentunya akan berimplikasi biaya yang berbeda-beda bagi setiap perusahaan, termasuk para pesaingnya. Untuk menawarkan produk yang menarik dengan harga yang kompetitif, setiap perusahaan harus berusaha untuk mengurangi atau menurunkan semua biaya tanpa mengurangi kualitas produk atau menetapkan standar. Salah satu upaya untuk menekan biaya tersebut adalah dengan mengoptimalkan distribusi material dari pemasok, melalui aliran material dalam proses produksi, hingga distribusi produk ke konsumen. Dalam hal ini, distribusi yang optimal dapat dicapai dengan menerapkan konsep supply chain management.

*Supply Chain Management* sebenarnya bukan konsep baru. Konsep ini menekankan model terintegrasi yang mencakup proses aliran produk dari pemasok, produsen, pengecer hingga konsumen. Mulai saat ini, aktivitas antara pemasok dan pengguna akhir akan berlangsung dalam satu kesatuan tanpa hambatan besar, sehingga komunikasi antar elemen yang berbeda akan transparan. *Supply chain management* merupakan konsep model penjualan produk yang secara optimal dapat menggantikan model penjualan produk. Formula baru ini berlaku untuk operasi penjualan, jadwal produksi, dan logistik. Dalam konsep produksi dan sistem operasi perusahaan industri dan jasa saat ini, sudah saatnya memperhatikan unsur-unsur di luar perusahaan.

Dengan kata lain, mengelola input, proses transformasi, dan output saja tidak cukup untuk menghasilkan nilai bagi konsumen.

Oleh karena itu, unsur pemasok dan konsumen (serta distributor dan pengguna akhir) juga merupakan bagian yang harus dikelola oleh perusahaan. Supply Chain Management sebagai pendekatan terintegrasi yang mencakup semua proses manajemen material dan memberikan panduan untuk proses dimana produk ditawarkan kepada konsumen, diproduksi dan didistribusikan. Konteks material dari Supply Chain Management tidak hanya mencakup bahan mentah dan produksi (barang jadi), tetapi juga mencakup bahan pembantu, komponen, suku cadang, dalam proses (barang setengah jadi) dan berbagai peralatan (persediaan). berfungsi untuk mendukung kegiatan operasional seluruh perusahaan. Bagi perusahaan yang terus memperhatikan pentingnya persediaan material, penerapan Supply Chain Management membantu mengurangi biaya persediaan yang meliputi biaya penyimpanan, pemesanan dan penyimpanan.



**Gambar 1. Supply Chain Manajemen**

Tujuan dari makalah ini adalah untuk mengkaji peran Supply Chain Management dalam produksi dan operasi perusahaan yang membantu memberikan nilai kepada konsumen dalam hal ketersediaan dan kecepatan layanan. Sehingga konsumen merasakan manfaat dari produk tersebut walaupun secara fisik relatif mirip dengan produk lainnya.

## **METODE**

Karya ilmiah ini disusun menggunakan metode penelitian kepustakaan. Yaitu metode penelitian yang mencari sumber dari beberapa artikel yang telah ada.

## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Istilah supply chain dan supply chain management sudah menjadi jargon yang umum dijumpai di berbagai media baik majalah manajemen, buletin, koran, buku ataupun dalam diskusi-diskusi. Namun tidak jarang kedua term diatas di persepsikan secara salah. Banyak yang mengkonotasikan supply chain sebagai suatu software. Bahkan ada yang mempersepsikan bahwa supply chain hanya dimiliki oleh perusahaan manufaktur saja. Sebagai disiplin, supply chain management memang merupakan suatu disiplin ilmu yang relative baru. Cooper (1997) bahkan menyebut istilah "supply chain management" baru muncul di awal tahun 90-an dan istilah ini diperkenalkan oleh para konsultan manajemen. Saat ini supply chain management merupakan hal menarik untuk didiskusikan bahkan mengundang daya tarik yang luar biasa baik dari kalangan akademisi maupun praktisi. Supply chain dapat didefinisikan sebagai sekumpulan aktifitas (dalam bentuk entitas/fasilitas) yang terlibat dalam proses transformasi dan distribusi barang mulai dari bahan baku paling awal dari alam sampai produk jadi pada konsumen akhir. Menyimak dari definisi ini, maka suatu supply chain terdiri dari perusahaan yang mengangkut bahan baku dari bumi/alam, perusahaan yang mentransformasikan bahan baku menjadi bahan setengah jadi atau komponen, supplier bahan-bahan pendukung produk, perusahaan perakitan, distributor, dan retailer yang menjual barang tersebut ke konsumen akhir.

Perkembangan lingkungan industri yang dinamis di era global saat ini telah mendorong banyak organisasi bisnis untuk menggali potensi mereka dan mengidentifikasi faktor kunci keberhasilan untuk berkembang dalam lingkungan yang semakin kompetitif. Teknologi yang berkembang pesat juga menjadi

kekuatan untuk digunakan dalam suasana kompetitif. Upaya yang dilakukan pada akhirnya ditujukan untuk menawarkan produk terbaik kepada konsumen. Konteks manajemen produksi dan operasional produk yang ditawarkan perusahaan kepada konsumen adalah kombinasi barang dan jasa. Industri tidak dapat bersaing jika produk yang ditawarkan adalah barang murni, sedangkan perusahaan jasa tidak dapat bersaing jika produk yang ditawarkan hanya berupa jasa.

Keberhasilan suatu perusahaan dalam memberikan produk yang terbaik kepada konsumen memerlukan perpaduan antara barang dan jasa pada bagiannya masing-masing yang menurut perusahaan ideal. Peluncuran produk dalam arti luas ini merupakan tantangan sekaligus peluang bagi sistem produksi operasional yang harus dikelola perusahaan. Mulai dari memastikan selera konsumen, memastikan segala kebutuhan input pemasok, hingga memproduksi dan mendistribusikan produk tersebut sesuai selera target konsumen.

Pada prinsipnya konsumen berharap dapat memperoleh produk yang bermanfaat pada tingkat harga yang dapat diterima. Untuk memenuhi keinginan konsumen tersebut, setiap perusahaan berusaha memanfaatkan segala sumber daya dan kemampuannya dengan sebaik-baiknya untuk memberikan nilai pada harapan konsumen. Penerapan upaya tersebut tentunya akan berimplikasi biaya yang berbeda-beda bagi setiap perusahaan, termasuk para pesaingnya. Untuk menawarkan produk yang menarik dengan harga yang kompetitif, setiap perusahaan harus berusaha untuk mengurangi atau menurunkan semua biaya tanpa mengurangi kualitas produk atau menetapkan standar. Salah satu upaya untuk menekan biaya tersebut adalah dengan mengoptimalkan distribusi material dari pemasok, melalui aliran material dalam proses produksi, hingga distribusi produk ke konsumen. Dalam hal ini, distribusi yang optimal dapat dicapai dengan menerapkan konsep supply chain management.

Supply Chain Management sebenarnya bukan konsep baru. Menurut Turban, Rainer, Porter (2004), ada tiga jenis komponen rantai pasok, yaitu:

Rantai pasokan aktual Rantai pasokan aktual mencakup aktivitas perusahaan manufaktur dan distributornya (yang mungkin produsen, perakit, atau keduanya) dan hubungan mereka dengan reseller mereka (reseller bekas). Hubungan dengan pemasok dapat diperluas ke berbagai tingkatan, dimulai dengan asal bahan (misalnya ekstraksi bijih, pertumbuhan tanaman). Dalam rantai pasokan yang sebenarnya, pengadaan adalah kegiatan utama.

Supply Chain Management internal (Internal supply chain management) Bagian dari rantai pasokan internal mencakup semua proses penerimaan barang ke gudang, yang berfungsi untuk mengubah input dari pemasok menjadi produk organisasi. Ini berlaku sejak entri diterima oleh organisasi. Rantai pasokan internal adalah tentang mengelola produksi, manufaktur, dan inventaris.

Segmen hilir rantai pasokan Segmen hilir rantai pasokan mencakup semua aktivitas yang terkait dengan pengiriman produk ke pelanggan akhir. Di akhir rantai pasokan, fokusnya adalah pada layanan distribusi, penyimpanan, transportasi, dan pemeliharaan.

Menurut Jebarus (2001), Supply Chain Management adalah evolusi dari manajemen distribusi produk untuk memenuhi permintaan konsumen. Konsep ini menekankan model terintegrasi yang mencakup proses aliran produk dari pemasok, produsen, pengecer hingga konsumen. Mulai saat ini, aktivitas antara pemasok dan pengguna akhir akan berlangsung dalam satu kesatuan tanpa hambatan besar, sehingga komunikasi antar elemen yang berbeda akan transparan. Supply chain management merupakan konsep model penjualan produk yang secara optimal dapat menggantikan model penjualan produk. Model baru ini berlaku untuk proses penjualan, jadwal produksi, dan logistik.

Rantai pasokan terintegrasi. Semua bisnis membutuhkan sesuatu yang sangat finansial untuk menghasilkan keuntungan. Lebih dari satu rantai pasokan harus dilibatkan untuk kelancaran aliran material yang dibutuhkan untuk mewujudkan keinginan ini. Elemen penting dari rantai pasokan yang efektif adalah pembelian, karena tugas pembelian adalah memilih pemasok (dan bahannya) dan kemudian membangun hubungan yang saling menguntungkan. Tanpa pemasok yang baik dan sumber yang memadai, rantai pasokan tidak relevan dengan kondisi pasar saat ini.

Perusahaan yang membutuhkan supply chain management sudah dapat mengatasi jumlah permintaan konsumen, karena konsep supply chain management menekankan pada ketepatan waktu material dari supplier sampai ke tangan konsumen sesuai kesepakatan. Artinya kedisiplinan dan komitmen seluruh rantai harus benar-benar dilaksanakan, karena sistem supply chain management menekankan pada stock persediaan barang. Supply Chain Management juga diperlukan untuk perusahaan yang masih memprioritaskan inventaris karena karakteristik utama (misalnya faktor musiman) atau sebagai tindakan proaktif untuk mengelola lingkungan

industri yang tidak stabil. Peranan supply chain management pada jenis usaha ini adalah untuk menekan biaya persediaan, karena persediaan yang kurang optimal mempengaruhi biaya persediaan, biaya pemesanan, dan biaya pemesanan kembali (ketika persediaan habis).

Implementasi yang terintegrasi dari seluruh supply chain yang relevan akan membuat supply chain management yang diterapkan menjadi lebih optimal. Tidak mudah bagi perusahaan untuk memperkenalkan konsep Supply Chain Management secara komprehensif dan terintegrasi. Banyak kesulitan akan muncul di lingkungan eksternal, terutama terkait dengan pemasok, distributor, dan bahkan pengguna akhir. Hal ini karena lingkungan eksternal relatif berada di luar kendali perusahaan, dan memerlukan upaya kedua belah pihak untuk memenuhi kewajiban mereka untuk membentuk rantai koordinasi timbal balik yang mendistribusikan semua kebutuhan kritis sesuai kebutuhan.

Sepintas, konsep Supply Chain Management memiliki kesamaan dengan manajemen logistik karena mengendalikan arus barang dan jasa melalui pembelian, pergerakan, penyimpanan, pengelolaan, dan distribusi barang. Supply Chain Management dan manajemen logistik juga memiliki kesamaan yaitu meningkatkan efisiensi dan efektivitas manajemen barang. Perbedaan antara Supply Chain Management dan manajemen logistik terletak pada fokus mereka. Manajemen rantai suplai mencari hubungan dan koordinasi antara proses perusahaan lain dalam bisnis pipa dari pemasok ke pelanggan, dan juga memprioritaskan aliran barang antara perusahaan dari hulu ke hilir. Di sisi lain, manajemen logistik berfokus pada perencanaan dan kerangka kerja yang menciptakan aliran barang dan informasi di seluruh perusahaan sebagai satu rencana, sehingga manajemen termasuk aliran barang di dalam perusahaan ditekankan.

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

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.

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 dengan inventory control dan functional integration yang lain.

Tahap 3,

Dalam tahap 3 integrasi perencanaan dan pengawasan atas semua fungsi yang terkait dalam satu perusahaan (internal integration).

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.

Perkembangan supply chain management yang telah sampai pada tahap keempat menunjukkan integrasi yang menyeluruh dari semua komponen terkait sehingga membutuhkan transparansi dalam arus informasi. Dengan bantuan strategi kemitraan, kelancaran pengiriman material dari pemasok ke pedagang ke konsumen dapat terwujud. Dalam strategi kemitraan, perlu dikembangkan komunikasi antara semua pihak yang terlibat agar arus informasi dan data yang diperlukan lebih lancar.

Manfaat Supply Chain Management. Secara umum penerapan konsep SCM di perusahaan menawarkan keuntungan yaitu (Jebarus, 2001) kepuasan pelanggan, pendapatan lebih tinggi, biaya lebih rendah, utilisasi pabrik lebih tinggi, keuntungan lebih tinggi dan perusahaan lebih besar.

Kepuasan Pelanggan. Konsumen atau pengguna produk merupakan sasaran utama dari proses produksi setiap produk yang diproduksi oleh perusahaan. Konsumen atau pengguna yang disebutkan di sini pasti akan menjadi konsumen setia dalam jangka panjang. Agar konsumen loyal, mereka terlebih dahulu harus puas dengan layanan perusahaan.

Meningkatkan pendapatan. Dengan mendapatkan pelanggan setia dan kemitraan maka penjualan perusahaan juga meningkat, sehingga produk yang dihasilkan perusahaan tidak “terbuang” karena permintaan konsumen.

Biaya lebih rendah. Integrasi aliran produk dari perusahaan ke konsumen akhir juga berarti pengurangan biaya dalam saluran distribusi.

Pemanfaatan aset meningkat. Aset, terutama faktor manusia, semakin dilatih dan dilatih baik dari segi pengetahuan maupun keterampilan. Staf mampu meningkatkan penggunaan teknologi tinggi sesuai kebutuhan untuk menerapkan Supply Chain Management.

Peningkatan Keuntungan. Dengan bertambahnya jumlah konsumen setia yang menjadi pengguna produk, hal ini pada gilirannya meningkatkan keuntungan perusahaan.

Perusahaan berkembang. Perusahaan yang mendapat manfaat dari proses distribusi produknya secara bertahap tumbuh dan menjadi lebih kuat.

Keenam manfaat yang dijelaskan di atas merupakan manfaat tidak langsung. Secara umum, manfaat langsung penerapan manajemen rantai pasok bagi perusahaan adalah:

Supply Chain Management dapat secara fisik mengubah bahan baku menjadi produk jadi dan mengirimkannya ke pengguna akhir. Keunggulan ini menekankan fungsi manufaktur dan operasional dalam perusahaan. Dalam peran ini, semua sumber daya yang tersedia digunakan dalam proses transformasi yang terkendali untuk memberi nilai tambah pada produk yang diproduksi sesuai dengan kebijakan perusahaan dan mendistribusikannya ke konsumen sasaran.

Supply Chain Management bertindak sebagai perantara pemasaran, yaitu. H. memastikan bahwa pasokan dalam rantai pasokan memenuhi keinginan pelanggan atau konsumen akhir. Dalam hal ini, fungsi pemasaran berperan. Dengan menerapkan supply chain management, pemasaran dapat mengidentifikasi produk yang memiliki karakteristik yang diminati konsumen. Selain itu, fungsi ini harus dapat mengidentifikasi semua karakteristik produk yang diharapkan oleh konsumen dan menginformasikannya kepada perancang produk. Ketika pilihan desain produk dibuat dan pengujian dilakukan, produk dapat diproduksi. Untuk dimasukkannya Supply Chain Management dalam penyediaan layanan seperti poin 1.

**Persyaratan implementasi rantai pasokan.** Sebagai sebuah konsep yang melibatkan banyak pihak sebagai penghubung, manajemen rantai pasok memerlukan beberapa persyaratan yang tidak hanya berkaitan dengan material tetapi juga informasi. Prasyarat terpenting untuk penerapan Supply Chain Management tentu saja adalah dukungan manajemen. Di semua tingkatan, mulai dari manajemen strategis hingga operasional, dukungan harus diberikan mulai dari perencanaan, pengorganisasian, koordinasi, implementasi hingga pemantauan. Selain dukungan manajemen, kondisi lain juga terkait dengan faktor eksternal yaitu pemasok dan pedagang. Sebelum perusahaan membuat komitmen dan "perjanjian kerja" dengan pemasok, terlebih dahulu harus melakukan penilaian pemasok. Mari kita hadapi itu, tentu sulit dan tidak mungkin untuk membuat penilaian pemasok terhadap pemasok yang "bermain" di pasar monopoli, oleh karena itu, dalam situasi ini, kemitraan harus diakhiri dengan kontrak.

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
  - Keseragaman material
  - Jaminan dari pemasok
  - Keadaan pengepakan (pembungkusan)

Dari ketiga kriteria tersebut, kriteria kondisi material mendapat bobot paling besar (menurut derajat kepentingannya) karena kondisi material mempengaruhi kinerja kegiatan produksi dan operasional, terutama kualitas produk. Kemudian setiap indikator dievaluasi dan dihitung skor totalnya.

Syarat selanjutnya adalah memilih distributor sebagai perantara agar produk perusahaan sampai ke tangan konsumen akhir. Kedalaman saluran distribusi yang ideal bagi suatu perusahaan adalah bagaimana ia dapat menghadirkan berbagai macam produk untuk memenuhi kebutuhan konsumen (Sitaniapessy, 2001). Menggunakan lebih sedikit distributor dapat membatasi penyebaran jenis produk dalam kegiatan pemasaran. Di sisi lain, menggunakan terlalu banyak distributor dapat merusak citra merek dalam posisi bersaing. Kunci penting dalam mengelola saluran penjualan adalah menentukan berapa banyak saluran penjualan yang akan dikembangkan dan model kemitraan apa yang akan mendukung komersialisasi produk di area pasar 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 menawarkan banyak keuntungan ketika menjalankan sistem produksi dan operasi dalam suatu organisasi, ada beberapa tantangan yang dihadapi organisasi dan harus dipertimbangkan ketika merencanakan implementasi. Tantangan pertama datang dari lingkungan makro dan juga dari lingkungan eksternal.

Sebagai contoh, perkembangan ekonomi global menunjukkan kecenderungan inflasi, khususnya di Indonesia. Karena persaingan di tingkat global berkembang pesat. Selain itu, konsumen cenderung memiliki perilaku yang terlalu kompleks dan menuntut. Faktor eksternal lainnya adalah perkembangan teknologi. Perusahaan yang menerapkan supply chain management harus menyesuaikan perkembangan teknologi yang berkaitan dengan teknologi informasi semaksimal mungkin, sehingga dapat mengelola informasi yang menyesuaikan dengan pergerakan produk dengan sangat cepat. 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 tersebut, masalah infrastruktur, termasuk birokrasi yang rumit, juga sering terjadi, terutama di negara-negara berkembang. Masalah ini berimplikasi signifikan pada tantangan Supply Chain Management lainnya, yaitu teknologi informasi.

Di sisi lain, terdapat pula tantangan yang dapat diklasifikasikan dalam lingkungan mikro atau lingkungan korporasi termasuk pemangku kepentingannya. Misalnya, pengukuran daya tidak didefinisikan dengan baik. Setiap saluran menggunakan metriknya sendiri, dan Anda tidak perlu khawatir untuk menautkannya ke model matriks yang mengukur kinerja rantai secara keseluruhan. Mengenai manajemen inventaris, kebijakan inventaris terkadang terlalu sederhana, faktor ketidakpastian dipertimbangkan saat membuat kebijakan, terkadang terlalu statis. Selain itu, pemahaman konsep manajemen rantai pasok terkadang kurang lengkap, fokusnya seringkali hanya pada proses internal, tidak mungkin membedakan antara layanan perantara dan pengguna akhir. Untuk mengatasi tantangan tersebut, perusahaan harus terlebih dahulu meningkatkan dan terlibat dalam lingkungan internal perusahaan, kemudian membangun kemitraan dan keterlibatan dengan koneksi lain di lingkungan eksternal.

Hal yang juga penting untuk mengatasi tantangan penerapan manajemen rantai pasok adalah pengelolaan informasi dalam sistem yang bertujuan untuk mendukung proses pengambilan keputusan dalam lingkup manajemen rantai pasok.

## KESIMPULAN

Secara umum, manfaat manajemen rantai pasok bagi perusahaan adalah: **pertama**, manajemen rantai pasokan dapat secara fisik mengubah bahan baku menjadi produk jadi dan mengirimkannya ke pengguna akhir. Kedua, manajemen rantai pasokan bertindak sebagai perantara pemasaran, yaitu H. memastikan bahwa pasokan dalam rantai pasokan mencerminkan keinginan pelanggan atau konsumen akhir. Untuk menerapkan manajemen rantai pasokan secara efektif, perusahaan harus dapat menyediakan dan memelihara basis data relasional yang sesuai (lengkap dan akurat) serta menjalin kemitraan dengan pemasok dan distributor terpilih. Terakhir, supply chain management secara keseluruhan dapat memberikan sinkronisasi dan koordinasi aktivitas yang berkaitan dengan aliran material baik di dalam maupun di luar organisasi.

## DAFTAR RUJUKAN

- [1] Scherrer & Deflorin, 2017.  
[https://en.m.wikipedia.org/wiki/International\\_Journal\\_of\\_Operations\\_%26\\_Production\\_Management](https://en.m.wikipedia.org/wiki/International_Journal_of_Operations_%26_Production_Management)
- [2] Le, 2020.  
[https://www.academia.edu/72971122/Performance\\_measures\\_and\\_metrics\\_in\\_a\\_supply\\_chain\\_environment](https://www.academia.edu/72971122/Performance_measures_and_metrics_in_a_supply_chain_environment)
- [3] Turban, Rainer, Porter. (2004). Supply Chain Management [https://id.wikipedia.org/wiki/Manajemen\\_rantai\\_pasok](https://id.wikipedia.org/wiki/Manajemen_rantai_pasok)
- [4] Indrajit, Eko dan Richardus Djokopranoto. (2002) Konsep Manajemen Supply Chain. PT Grasindo. Jakarta.
- [5] Gasperz, Vincent, Dr. (2001) Total Quality Management, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- [6] 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)
- [7] Anwar, S. (2011). Manajemen Rantai Pasokan (Supply Chain Management) : Konsep Dan Hakikat
- [8] Sucahyowati, H. (2011). Manajemen Rantai Pasokan (Supply Chain Management). *Majalah Ilmiah Gema Maritim*, 13(1), 20-28.
- [9] <https://images.app.goo.gl/EHTfVGjX8TW83SKo6>