

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Manajemen Rantai Pasok (*Supply Chain Management*) merupakan bidang ilmu yang terletak pada efisiensi dan efektifitas aliran barang, informasi dan aliran uang yang terjadi secara simultan sehingga dapat menyatukan *supply chain* dengan pihak yang terlibat. Lee dan Whang (2000) mendefinisikan *supply chain management* sebagai suatu sistem jaringan yang terdiri atas beberapa perusahaan yang memiliki tujuan sama sebagai tempat organisasi menjalankan barang dan jasa kepada pelanggan. Inti dari *supply chain* adalah adanya sinkronisasi dan koordinasi ke arah hulu ke hilir. Hal ini mutlak dilakukan untuk menjaga efektifitas suatu rantai yang dibangun. *Supply chain* dapat diterapkan untuk mengintegrasikan manufaktur, pemasok, retailer, dan penjual secara efisien sehingga barang dapat diproduksi dan didistribusikan dengan jumlah yang tepat dan biaya keseluruhan yang minimum. *Supply chain* yang efektif dan efisien pada sistem logistik dan distribusi secara keseluruhan digunakan untuk melihat perilaku pergerakan aliran produk yang ditujukan untuk pendistribusian yang terjadi disetiap elemen.

Distorsi informasi pada *supply chain* adalah salah satu sumber kendala dalam menciptakan *supply chain* yang tidak efisien. Dalam kondisi seperti ini, pendekatan yang dapat digunakan untuk membantu menekan biaya yang dikeluarkan adalah dengan pendekatan *supply chain*. Dengan pendekatan ini maka produk dan jasa yang disediakan akan tepat, baik pada tempat, waktu maupun kondisi yang diinginkan. Maka dapat terjadi distorsi informasi atau yang biasa disebut dengan *bullwhip effect*. Pemakaian istilah "*Bullwhip Effect*" pertama kali diperkenalkan oleh perusahaan Procter & Gamble (P&G) pada permintaan popok bayi "Pampers" yang mengalami amplifikasi permintaan, dimana tingkat konsumsi "Pampers" berjalan konstan tetapi P&G menemukan bahwa di distributor tingkat permintaan produk tersebut mengalami perubahan yang sangat cepat. Definisi *Bullwhip effect* menurut Christer Carlsson dan Robert Fuller (2001) adalah "Suatu fenomena dimana permintaan kepada supplier memiliki variansi yang besar daripada

penjualan yang dilakukan kepada *buyer* dan terjadi distorsi kepada level *supply chain* yang lebih tinggi. Dalam situasi ini perusahaan tidak mempunyai informasi permintaan yang akurat. Panjangnya mata rantai pemasaran tersebut berdampak pada keputusan tentang jumlah pemesanan (*order quantity*) dan biaya (*cost*). Fenomena terjadinya perubahan permintaan pelanggan akhir yang relatif stabil dari hari ke hari akan menjadi order mingguan atau dua mingguan dari perusahaan ritel sehingga pusat distribusi akan menerima order yang lebih fluktuatif dibandingkan permintaan yang dihadapi oleh perusahaan ritel. Permintaan distributor tunggal juga akan berfluktuatif yang berdampak pada *cost* yang harus dikeluarkan oleh perusahaan dalam penyimpanan. Salah satu cara untuk menganalisa beberapa faktor-faktor yang menyebabkan terjadinya *bullwhip effect* sehingga perlu dilakukan analisis seberapa jauh pengaruh terjadinya *bullwhip effect* dan faktor penyebab lainnya.

PT Swabina Gatra merupakan anak perusahaan PT Semen Gresik (persero) tbk yang bergerak dalam bidang memproduksi air mineral dalam kemasan “SWA”. Salah satu perusahaan penghasil air minum dalam kemasan (AMDK) yang berada di kota gresik maka PT Swabina Gatra juga tentu mengalami banyak kendala yang dihadapi seperti naiknya biaya produksi, proses bisnis dari *supplier-manufacturer-distributor-wholesaler-retailer-konsumen*, serta tingginya tingkat pesaing pada bisnis air minum dalam kemasan (AMDK) dan tidak menutup kemungkinan perusahaan ini mengalami *bullwhip effect*. Melihat perkembangan perusahaan yang pesat peneliti ingin mengetahui bagaimana permasalahan *bullwhip effect* yang terjadi pada perusahaan PT Swabina Gatra tersebut. Karena kemungkinan untuk terjadinya *bullwhip effect* pada perusahaan ini sangat mungkin terjadi. Proses bisnis atau *supply chain management* di PT Swabina Gatra melewati beberapa tahap. Gambaran mengenai struktur *supply chain management* akan dijelaskan sebagai berikut:



Gambar 1.1 Proses *Supply Chain Management*

Dalam teknologi informasi, sistem pengambilan keputusan diantara sistem informasi. Sistem pengambilan keputusan juga membutuhkan teknologi informasi, hal ini dikarenakan adanya era globalisasi, yang menuntut sebuah perusahaan untuk bergerak cepat dalam mengambil suatu keputusan dan tindakan. Dengan mengacu kepada solusi yang diberikan oleh metode AHP (*Analytical Hierarchy Process*) dalam membantu membuat keputusan, seorang *decision maker* dapat mengambil keputusan tentang pemilihan *supplier* secara objektif berdasarkan multi kriteria yang ditetapkan. Metode ini adalah sebuah kerangka untuk mengambil keputusan dengan efektif atas persoalan yang kompleks dengan menyederhanakan dan mempercepat proses pengambilan keputusan dengan memecahkan persoalan tersebut kedalam bagian-bagiannya, menata bagian atau variabel ini dalam suatu susunan hirarki, memberi nilai numerik pada pertimbangan subjektif tentang pentingnya tiap variabel dan mensintesis berbagai pertimbangan ini untuk menetapkan variabel yang mana yang memiliki prioritas paling tinggi dan bertindak untuk mempengaruhi hasil pada situasi tersebut. Metode ini juga menggabungkan kekuatan dari perasaan dan logika yang bersangkutan pada berbagai persoalan, lalu mensintesis berbagai pertimbangan yang beragam menjadi hasil yang cocok dengan perkiraan kita secara intuitif sebagaimana yang dipresentasikan pada pertimbangan yang telah dibuat (Saaty, 1993).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang diatas, maka dapat diambil sebuah rumusan masalah yaitu apa saja penyebab *bullwhip effect* dan penyebab manakah yang paling berpengaruh untuk direkomendasikan pada PT SWABINA GATRA.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas tujuan dari penelitian ini adalah

1. Mengidentifikasi penyebab *Bullwhip Effect* yang terjadi pada PT SWABINA GATRA.
2. Mendapatkan urutan penyebab *Bullwhip Effect* yang berpengaruh pada PT SWABINA GATRA.
3. Rekomendasi perbaikan proses yang harus dilakukan.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan
 - a. Mengetahui konsep dan masalah yang terkait dalam SCM pada perusahaan, khususnya mengenai *bullwhip effect* sehingga dapat mengetahui penyebab *bullwhip effect* terbesar pada PT SWABINA GATRA.
 - b. Dapat menentukan penyebab *bullwhip effect* terbesar PT SWABINA GATRA yang dibutuhkan pada periode mendatang pada perusahaan.
 - c. Sebagai pertimbangan dalam menentukan kebijakan yang dilakukan untuk mengetahui penyebab *bullwhip effect* terbesar diperusahaan PT SWABINA GATRA.
2. Bagi Akademik
 - a. Sebagai referensi dalam study pembelajaran yang terkait dalam penelitian ini.
 - b. Bagi mahasiswa dapat digunakan sebagai referensi penelitian yang lebih mendalam untuk penelitian selanjutnya.
3. Bagi Penulis

Mengaplikasikan ilmu yang diperoleh dalam perkuliahan dan sebagai pembelajaran dalam memecahkan masalah *bullwhip effect* pada SCM yang terjadi di perusahaan.

1.5 Batasan Masalah

Batasan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Mengetahui penyebab *bullwhip effect* di bagian penjualan (*sales*) pada PT SWABINA GATRA.
2. Mencari penyebab yang paling berpengaruh *bullwhip effect* terbesar pada PT SWABINA GATRA.