

Supply Chain Management (SCM)

Konsep dasar, aliran supply chain, dan perannya dalam korporasi.

Pertemuan 6 • 3 SKS



Kenapa rak bisa kosong padahal barang sedang banyak dicari?



Permintaan tinggi $\neq$ barang selalu tersedia

Ketersediaan produk bergantung pada koordinasi supplier, produksi, persediaan, distribusi, dan retailer.

Diskusikan: di titik mana keterlambatan paling mungkin terjadi?

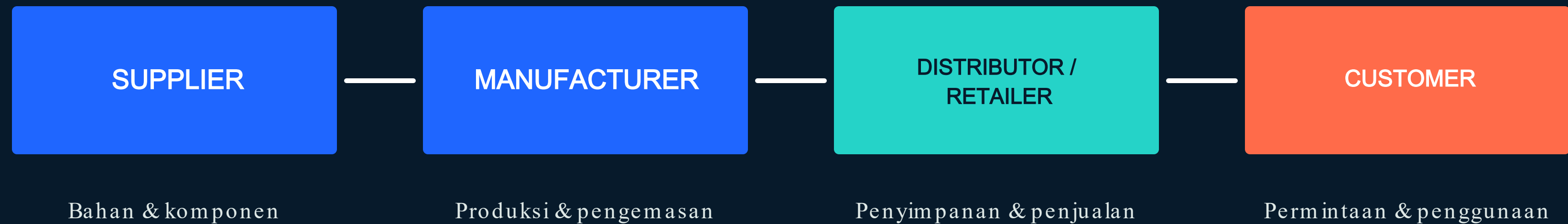
Supply Chain dan SCM: terkait , tetapi tidak sama .

SCM mengoordinasikan aliran produk, informasi, dan dana untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.

SUPPLY CHAIN	SUPPLY CHAIN MANAGEMENT (SCM)
Jaringan pihak dan aktivitas Supplier • produksi • distribusi retailer • customer	Pengelolaan dan koordinasi jaringan Permintaan • persediaan • produksi pengiriman • informasi

Supply Chain = jaringan yang ada. SCM = bagaimana jaringan tersebut dikelola agar alirannya efektif dan efisien.

Rantai pasok menghubungkan beberapa pihak



Contoh: bahan baku - pabrik - pusat distribusi / toko - pelanggan.

Empat aliran yang perlu dikelola bersama



SCM mengoordinasikan proses dari sumber hingga pelanggan



PROCUREMENT

Pemilihan & pengadaan dari supplier

PRODUCTION

Perencanaan dan pelaksanaan produksi

INVENTORY

Persediaan bahan dan produk jadi

DISTRIBUTION

Penyimpanan, transportasi, dan pengiriman

Supply chain susu UHT: dari bahan baku ke konsumen



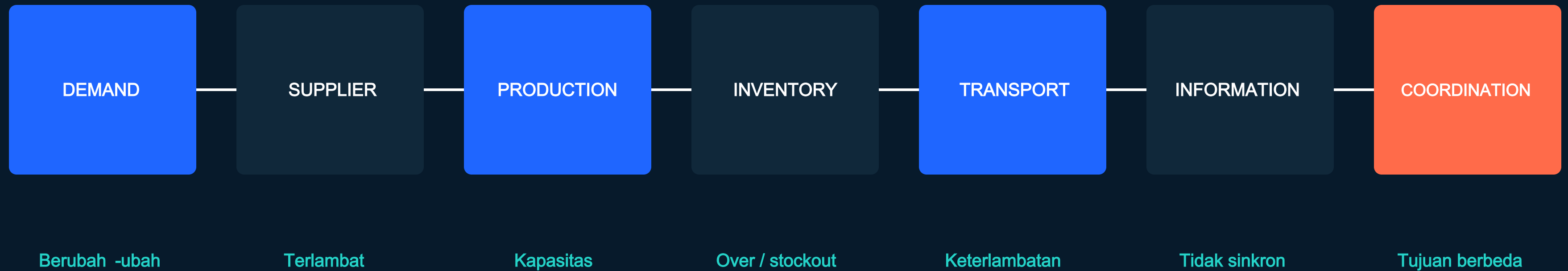
PRODUCT - menuju pelanggan | INFORMATION & FINANCIAL FLOW - menghubungkan seluruh pihak

Permintaan pelanggan memicu rangkaian aktivitas supply chain



Kecepatan dan akurasi di setiap tahap memengaruhi service level dan biaya.

Masalah kecil di satu titik dapat berdampak ke seluruh rantai



Supply chain saling bergantung - gangguan satu bagian dapat memengaruhi bagian lainnya .

SCM mengubah koordinasi menjadi nilai bisnis

KEPUASAN & DAYA SAING

Layanan lebih konsisten dan responsif

KECEPATAN RESPONS

Lead time dan pemenuhan permintaan lebih baik

KETERSEDIAAN PRODUK

Mengurangi risiko stockout dan overstock

EFISIENSI BIAYA

Pengadaan, stok, dan distribusi lebih terkendali

Keputusan SCM terjadi pada horizon waktu yang berbeda

STRATEGIS

Desain jaringan, lokasi fasilitas, kebijakan supplier

TAKTIS

Perencanaan permintaan, persediaan, dan kapasitas

OPERASIONAL

Pemesanan, penjadwalan, dan pengiriman harian

Koordinasi membutuhkan data yang terlihat dan dibagikan



DEMAND DATA

Permintaan pelanggan dan tren penjualan

INVENTORY STATUS

Jumlah stok pada setiap lokasi

PURCHASE ORDERS

Pesanan pembelian dan status pemasok

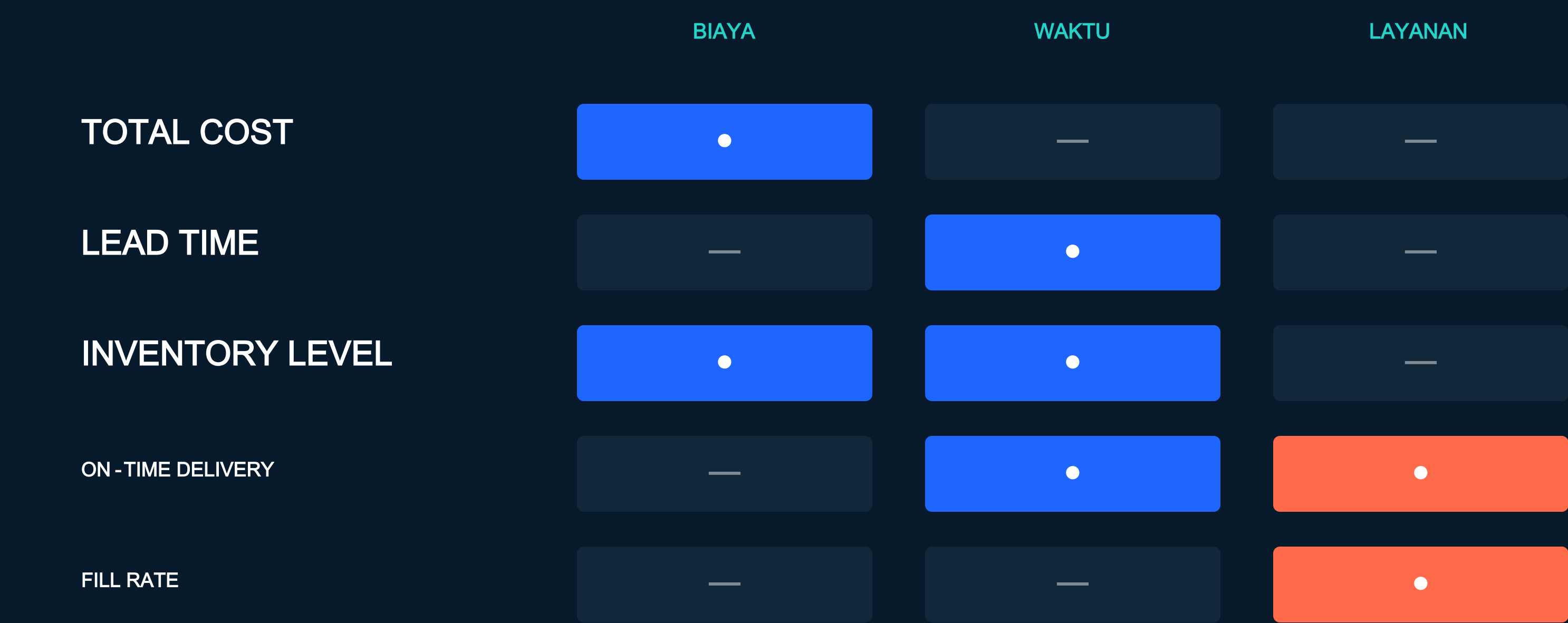
PRODUCTION PLAN

Kapasitas dan jadwal produksi

DELIVERY STATUS

Posisi dan perkiraan waktu tiba pengiriman

SCM perlu dinilai dari biaya, waktu, dan layanan



Tidak ada satu KPI yang cukup — kinerja SCM perlu dilihat secara seimbang.

Bedah supply chain satu produk nyata

MI INSTAN

KOPI KEMASAN

SMARTPHONE

SUSU UHT

PETAKAN

Supplier • Manufacturer • Distributor • Retailer • Customer

Tambahkan: Product Flow • Information Flow • Financial Flow • titik risiko utama.

Format kerja: pilih 1 produk, buat peta supply chain, lalu jelaskan hubungan antarpihak. 30 menit diskusi • presentasi ringkas.

Supply chain mi instan: dari bahan baku ke konsumen



**Supply Chain adalah jaringan.
SCM adalah cara mengelolanya.**



Kelola aliran produk • informasi • dana • retur

Tujuan: tepat produk • tepat waktu • biaya terkendali • pelanggan terlayani