

SUPPLY CHAIN



Manajemen, Ilmu Pengetahuan, Strategi dan Praktik

BAMBANG HARYO PRIHATMANTO

SUPPLY CHAIN



Manajemen, Ilmu Pengetahuan,
dan Strategi Teori dan Praktik



Sanksi Pelanggaran Pasal 113
Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014
tentang Hak Cipta

- (1) Setiap Orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp100.000.000 (seratus juta rupiah).
- (2) Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).
- (3) Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf e, dan/atau huruf g untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).
- (4) Setiap Orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud pada ayat (3) yang dilakukan dalam bentuk pembajakan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp4.000.000.000,00 (empat miliar rupiah).

SUPPLY CHAIN



Manajemen, Ilmu Pengetahuan,
dan Strategi Teori dan Praktik

Bambang Haryo Prihatmanto

Penerbit PT Elex Media Komputindo



SUPPLY CHAIN™

Manajemen, Ilmu Pengetahuan,
dan Strategi Teori dan Praktik

Ditulis oleh Bambang Haryo Prihatmanto
© 2018 Bambang Haryo Prihatmanto
Hak Cipta dilindungi Undang-undang
Diterbitkan pertama kali oleh
Penerbit PT Elex Media Komputindo
Kelompok Gramedia-Jakarta
Anggota IKAPI, Jakarta

718061322
ISBN: 978-602-04-7915-6

Dilarang mengutip, memperbanyak, dan menerjemahkan
sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis
dari penerbit

Dicetak oleh Percetakan PT Gramedia, Jakarta
Isi di luar tanggung jawab percetakan



DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	v
PENDAHULUAN	xi
BAB 1: MANAJEMEN SUPPLY CHAIN	1
• DEFINISI SUPPLY CHAIN MANAGEMENT	4
• LOGISTIK DAN SUPPLY CHAIN	24
• TUJUAN SUPPLY CHAIN MANAGEMENT	30
• SEJARAH SUPPLY CHAIN MANAGEMENT	43
• KONSEP SCM SAAT INI	56
• BENTUK ORGANISASI SCM	60
• PROSES PERENCANAAN PRODUK	66
• PROSES SELEKSI SUPPLIER	73
• SUMBER DAYA MANUSIA	78
• PERENCANAAN ALIRAN PRODUK	83
• PROSES ALIRAN INFORMASI	88
• PERENCANAAN KEUANGAN	93
• PENGENDALIAN: BIAYA, KUALITAS, DAN KEAMANAN	100



BAB1

MANAJEMEN SUPPLY CHAIN

Jika kita membaca buku ilmu manajemen yang diterbitkan sekitar tahun 1980-an, pada topik bahasan tentang fungsi organisasi-perusahaan, biasanya organisasi tersebut terbagi atas beberapa fungsi pokok manajemen. Fungsi tersebut adalah fungsi pemasaran, keuangan, operasi atau produksi, dan Sumber Daya Manusia (SDM). Dengan berjalannya waktu, semakin populernya ilmu manajemen, kemudian mulai muncullah berbagai buku yang membahas tentang ilmu manajemen pemasaran, ilmu manajemen keuangan, ilmu manajemen operasi, ilmu manajemen produksi, dan ilmu manajemen sumber daya manusia. Kemudian masing-masing ilmu manajemen membagi fokus lebih tajam dan makin terspesialisasi secara fungsional maupun strategis.

Dalam kurun waktu tiga puluh tahun terakhir ini, muncul suatu disiplin ilmu manajemen yang disebut Manajemen Rantai Pasokan atau Manajemen Supply Chain atau Supply Chain Management (SCM). SCM ini mengalami perkembangan yang semakin pesat pada periode sekitar sepuluh tahun terakhir ini. Bahkan di Indonesia sendiri, SCM mulai menjadi *trending topic* dalam beberapa tahun terakhir ini.

Jika kita perhatikan iklan lowongan kerja tahun 1990-an di Indonesia, tidak satu pun ada permintaan tenaga kerja bidang *supply chain management*. Pada saat itu biasanya dibutuhkan tenaga kerja bidang pembelian (*buyer* atau *purchasing*), atau bagian pengadaan (*procurement*) atau ekspedisi pengapalan (*shipping*), atau



tenaga kurir, dan sebagainya. Kemudian, sekitar awal tahun 2000-an, mulai muncul iklan yang membutuhkan tenaga kerja di bidang *logistics* namun kemudian akhirnya ini, mulai ada permintaan tenaga kerja di bidang *supply chain* (Christopher, 1998). Artinya, ada perubahan secara perlahan dalam permintaan pasar tenaga kerja yang menyesuaikan dengan tuntutan zamannya. Meskipun saya tidak membantah kenyataan, sampai saat ini pun tetap ada kebutuhan pasar tenaga kerja di bidang *procurement*, *purchasing*, logistik, dan sejenisnya, oleh karena fungsinya memang tetap ada dan tetap dibutuhkan dalam bisnis, namun saya lebih menekankan adanya permintaan baru yang berkaitan dengan Supply Chain Management di pasaran tenaga kerja.

Siapa yang pertama kali memperkenalkan istilah Supply Chain Management (SCM)? Sejauh yang saya ketahui, istilah ini muncul selain dari proses evolusi konsep *purchasing*, juga ada beberapa pihak yang menyatakan dia lah yang pertama memperkenalkan istilah SCM, seperti Keith Oliver, 1982 pada waktu melakukan wawancara dengan wartawan koran "The Financial Times", di London yang dipublikasikan tanggal 4 Juni 1982.

Namun, Tony Hines (2004) menyatakan kalau istilah tersebut pertama muncul dari artikel "US Outlook" yang ditulis oleh RK Oliver dan MD Webber pada tahun 1982. Mungkin saja pembaca juga mendapatkan kenyataan lain tentang siapa dan kapan, dari sumber yang berbeda.



Apa pun klaimnya, menurut penulis, tidaklah penting siapa sebenarnya penemu istilah tersebut, melainkan yang amat penting adalah pengertian konsep SCM itu sendiri.

Sejak awal tahun 2017-an, khususnya di Indonesia, Digital Disruption (DD) membuat konsep *supply chain* beradaptasi. Digital Disruption adalah gejala yang diakibatkan perkembangan teknologi informasi digital yang mengubah level dan *platform* 'persaingan usaha' di mana cara-cara konvensional diganggu bahkan termatikan dengan adanya tren pengguna hasil DD. *Space* yang nyata secara fisik menjadi maya secara fisik pula. Tren akses dan informasi tentang suatu barang atau produk bukan hal yang sulit didapat oleh siapa saja. Cukup dengan mencarinya di Google, Facebook, Instagram, dan sebagainya melalui layar *handphone* pun kini hampir semua kebutuhan bisa didapat. Adaptasi pasar barang ke pasar jasa sungguh menarik bagi *supply chain*, karena pasar jasa pun sebenarnya juga akhirnya tetap ada kebutuhan logistik dan *supply chain*-nya. Adaptasi dengan gaya hidup di hilir dan tetap mencari cara ternyaman bagi hilir (tidak harus ter murah), adalah kuncinya konsep manajemen *supply chain* zaman Digital Disruption.

DEFINISI SUPPLY CHAIN MANAGEMENT

Beberapa ahli mendefinisikan Supply Chain Management dengan berbagai kalimat, dimulai dari definisi yang sederhana sampai definisi yang kompleks. Berikut empat definisi menurut beberapa ahli *supply chain*.



Pertama, menurut pendapat David Jacoby dalam bukunya yang berjudul “Guide to Supply Chain Management”, SCM adalah koordinasi dari satuan kegiatan, yang termasuk dalam kegiatan tersebut adalah memindahkan barang atau produk dan jasa dari *supplier* akhir, sampai ke pelanggan akhir, dengan berusaha memaksimalkan nilai tambah ekonomisnya.

Kedua, Tony Hines dalam bukunya “Supply Chain Strategies” mengemukakan bahwa SCM adalah koordinasi dan integrasi segala aktivitas rantai pasokan dalam rangka untuk menyampaikan nilai (value) ke pelanggan. Sedangkan yang dimaksud dengan rantai pasokan adalah meliputi semua aktivitas dalam rangka mendapatkan, memindahkan produk atau jasa dari sumbernya sampai ke pengguna akhir.

Sedangkan menurut pendapat Martin Christopher, dalam bukunya “Logistics and Supply Chain Management”, SCM adalah manajemen hubungan antaraliran dari mulai hulu sampai menuju ke hilir, dengan melibatkan para pemasok dan para pelanggan dalam rangka menyerahkan nilai unggul pelanggan (*superior customer value*) secara murah ke dalam keseluruhan sistem rantai pasokan.

Dan yang terakhir menurut pendapat Birgit Dam Jespersen dan Tage Skjott Larsen, dalam bukunya “Supply Chain Management, SCM adalah manajemen hubungan dan proses bisnis yang terintegrasi sepanjang rantai pasokan yang menghasilkan produk dan jasa serta informasi yang memberikan nilai tambah pada pengguna akhir dari produk dan jasa tersebut.



Dari keempat definisi tersebut, maka saya memformulasikan dalam definisi sebagai berikut. Saya memulainya dari istilah SCM yang terdiri dari tiga huruf S, C, dan M.

'S' singkatan dari kata Supply, yang berarti pasokan, mengacu pada benda, komponen, material, bahan baku, entitas, produk, informasi atau jasa yang dibutuhkan untuk langsung dikonsumsi oleh pelanggan atau dibutuhkan pelanggan untuk diproses lebih lanjut.

'C' singkatan dari kata Chain, yang berarti rantai yang mengacu pada rangkaian urutan atau kaitan dalam suatu proses, mulai dari proses awal, sampai proses akhir. Bahasa formalnya adalah dari hulu ke hilir atau jika dicontohkan dalam industri makanan, proses dari pertanian sampai di atas piring makan (*from farm to fork*). Dari kedua huruf 'S' dan 'C', maka Supply Chain melibatkan semua kegiatan, pengaturan, dan pengelompokan yang berhubungan dengan aliran dan perubahan dari tingkatan bahan baku menjadi suatu produk atau jasa atau informasi dari hulu ke hilir atau ke arah muara.

'M' singkatan dari kata Management, kata yang mungkin sering kita dengar, mengacu pada proses mengelola, cara atau proses koordinasi pekerjaan, atau kumpulan orang yang mengelola suatu proses dengan kaidah atau prinsip ilmiah, biasanya dengan melibatkan urutan proses perencanaan, organisasi, pengarahan untuk mencapai target, implementasi dari rencana dan pengawasan proses dan hasilnya.



TENTANG PENULIS



Bambang Haryo Prihatmanto, lahir di Jakarta 17 Mei 1963, lulus dari SMA Kolese DeBritto tahun 1982, kemudian melanjutkan sekolah ke Insitut Teknologi Bandung (ITB) lulus tahun 1987. Setelah lulus bekerja sebagai insinyur di Tri Patra Engineering selama dua tahun. Kemudian melanjutkan sekolah ke Pasca Sarjana Magister Manajemen-Universitas Indonesia (UI). Kemudian bekerja di perusahaan operator telepon mobil pertama di Indonesia, PT Rajasa Hazanah Perkasa yang bekerja sama dengan Erickson, sebagai Manajer Teknik dan Manajer Operasi. Kemudian diajak bergabung ke Samudera Indonesia Group, perusahaan pelayaran swasta nasional terbesar saat itu. Di perusahaan ini, memulai dari Staf Direksi di Holding, kemudian Kepala Biro Internal Control di anak perusahaan, kemudian menjadi Manajer Keuangan, kemudian menjadi Manajer Pemasaran dan kemudian menjadi Area Manager untuk Divisi Feeder Service di induk perusahaan. Selama periode ini, di waktu luangnya, yang bersangkutan mengajar Mikro dan Makro Ekonomi di STMIK-BINUS (sekarang bernama Universitas Bina Nusantara) dan mengajar

Strategic Marketing di Pasca Sarjana Magister Manajemen-Universitas Tarumanagara. Setelah enam tahun bekerja, melanjutkan sekolah lagi ke Inggris di University of Reading. Di kota Reading ini, yang berada sekitar satu jam dengan kereta api ke arah barat kota London, ia memperdalam ilmu keuangan dengan fokus pada International Securities and Investment Banking, ICMA Center (International Capital Market Association), University of Reading. Setelah lulus dengan gelar MSc tahun 1998 yang bersangkutan pulang ke Indonesia dan bekerja pada McDonald's Indonesia selama sepuluh tahun, dimulai dari Purchasing Manager, kemudian menjadi Country Supply Chain Manager dan Kepala Divisi Supply Chain, Quality Assurance dan New Product Development. Setelah mengundurkan diri dari McDonald's Indonesia, ia melanjutkan sekolah lagi ke Inggris untuk program doktor di Nottingham Trent University, tahun 2010 di kota Nottingham. Setelah dua tahun mengikuti program doktor, ia memutuskan menunda sekolah serta memulai menulis buku ini. Penulis bisa dihubungi melalui:

email di: bambang.haryo@yahoo.com

Twitter: @bambangharyo

Instagram: haryosupplychain

