

¹Raihan Saputra, ²Aisyah Fitri Pasaribu, ³Siti Aisyah

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Negeri Sumatera Utara, raihansptra52@gmail.com

²Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Negeri Sumatera Utara, aisyahfitripasaribu2406@gmail.com

³Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Negeri Sumatera Utara, siti.aisyah@uinsu.ac.id

Abstract

Supply Chain Management is a series of business activities carried out starting from the planning, controlling, implementing the product flow, to the product distribution process to consumers. The purpose of this study was to determine the effect of supply chain management at PT Nippon Indosari Corpindo. The research method used by the researcher is a qualitative method by means of a literature review. The results obtained by researchers are PT Nippon Indosari Corpindo, Tbk. run a complete Supply Chain Management process without cutting the distribution section to save costs.

Keywords: *Supply Chain Management, Management, Production, Distribution.*

Pendahuluan

Menurut Heizer dan Rander, *Supply Chain Management* adalah, suatu aktivitas pengelolaan berbagai kegiatan demi mengubah bahan mentah hingga menjadi barang jadi dan dikirim oleh sistem distribusi kepada konsumen.

Banyak masyarakat saat ini yang sibuk dengan aktivitasnya sehingga mereka melupakan sesuatu yang penting bagi dirinya, makan adalah salah satu hal yang tidak boleh ditinggalkan karena makan merupakan proses penambahan energi yang digunakan untuk melakukan pekerjaan sehari-hari. Makanan yang praktis dan mudah dibawa saat ini menjadi primadona dikalangan masyarakat, salah satu makanan itu adalah roti. Banyak masyarakat yang mengonsumsi roti sebagai makanan pengganti nasi karena kandungan gizi yang terkandung tidak jauh berbeda, namun mereka tidak mengetahui apakah roti tersebut diproduksi secara bersih (*hygienic*) atau tidak.

Semua itu terletak pada proses produksinya dimana roti itu dibuat dan dikemas kemudian dipasarkan. Selain itu juga pada kebersihan dari pabrik yang memproduksi roti tersebut dan rantai pasokan (*Supply-chain*) dari bahan baku sampai produk jadi sampai ketangan para konsumen. Tentu tidak mudah agar produk tersebut memiliki kualitas yang tinggi sehingga konsumen puas akan produk tersebut. Dibutuhkan strategi yang baik pada saat proses produksi dan komunikasi yang baik pada konsumen sehingga konsumen yakin bahwa produk yang mereka konsumsi bersih dan sehat.

PT. Nippon Indosari Corpindo Tbk. adalah salah satu perusahaan yang bergerak di industri pangan dengan produk andalannya yaitu roti dengan merk "SARI ROTI". Perusahaan ini merupakan perusahaan pertama yang memproduksi roti secara bersih dan sehat, selain itu perusahaan ini mampu menjaga kualitas dari produk yang mereka jual. Tantangan yang dihadapi perusahaan ini tidaklah mudah, masa kadaluarsa dari roti yang mereka produksi sangat singkat sehingga perusahaan harus segera menjual produknya setelah selesai di produksi. Selain itu mereka harus meyakinkan masyarakat bahwa roti yang mereka produksi sehat dan bersih dan juga mengingatkan masyarakat akan makanan yang kotor dan berbahaya. Oleh karena itu penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian.

Landasan Teori

Supply Chain adalah jaringan perusahaan-perusahaan yang secara bersama-sama bekerja untuk menciptakan dan menghantarkan suatu produk ke tangan pemakai akhir.

Perusahaan-perusahaan tersebut biasanya termasuk pemasok, pabrik, distributor, toko atau ritel, serta perusahaan-perusahaan pendukung seperti perusahaan jasa logistik (Pujawan, 2005).

Supply Chain mengacu pada aliran material, informasi, uang, dan jasa dari pemasok bahan baku, melalui pabrik dan gudang ke pelanggan akhir. Sebuah Supply Chain juga mencakup organisasi dan proses yang menghasilkan dan mengirimkan produk, informasi, dan layanan untuk konsumen akhir (Rainer Jr. & Cegielski, 2011).

Strategi Supply Chain merupakan pengembangan dari strategi yang tidak hanya mempertimbangkan perusahaan tetapi juga strategi Supply Chain yang dimiliki oleh rekan bisnis. Strategi Supply Chain harus berfokus terhadap keunggulan kompetitif yang berkelanjutan untuk keseluruhan (Schroeder, 2007).

Supply Chain management secara umum mempunyai dua fungsi, yang pertama Supply Chain management secara fisik mengubah barang bahan baku menjadi produk jadi dan menghantarkannya ke pemakai akhir. Fungsi pertama ini berkaitan dengan biaya material, biaya penyimpanan, biaya produksi, biaya transportasi.

Sedangkan fungsi yang kedua adalah Supply Chain management sebagai mediasi pasar, yakni memastikan bahwa apa yang di supply oleh rantai Supply Chain mencerminkan aspirasi pelanggan atau pemakai akhir tersebut. Fungsi kedua ini berkaitan dengan biaya survai pasar, biaya perancangan produk. (Zabidi, 2001)

Supply Chain merupakan proses penting bagi PT. Nippon Indosari Corpindo Tbk. dalam kegiatan bisnis mereka, karena proses ini merupakan sebuah proses secara menyeluruh yang dimiliki setiap perusahaan dalam menjalankan sebuah bisnis. Dari proses pengadaan bahan baku produk hingga produksi produk menjadi sebuah makanan jadi, dan seterusnya proses distribusi hingga ke konsumen akhir.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan cara Kajian Pustaka dari penelitian penelitian terdahulu. Adapun metode penelitian kajian pustaka atau studi kepustakaan yaitu berisi teori-teori yang relevan dengan masalah – masalah penelitian. Pada bagian ini dilakukan pengkajian mengenai konsep dan teori yang digunakan berdasarkan literatur yang tersedia, terutama dari artikel-artikel yang dipublikasikan dalam berbagai jurnal ilmiah. Kajian pustaka berfungsi untuk membangun konsep atau teori yang menjadi dasar studi dalam penelitian.

Hasil Penelitian Dan Pembahasan

Definisi Supply Chain Management

Levi, et.al (2000) mendefinisikan Supply Chain Management (Manajemen Rantai Pasokan) sebagai suatu pendekatan yang digunakan untuk mencapai pengintegrasian yang efisien dari supplier, manufacturer, distributor, retailer, dan customer. Artinya barang diproduksi dalam jumlah yang tepat, pada saat yang tepat, dan pada tempat yang tepat dengan tujuan mencapai suatu biaya dari sistem secara keseluruhan yang minimum dan juga mencapai service level yang diinginkan.

Heizer & Rander (2004), mendefinisikan Supply Chain Management (Manajemen Rantai Pasokan) sebagai kegiatan pengelolaan kegiatan-kegiatan dalam rangka memperoleh bahan mentah menjadi barang dalam proses atau barang setengah jadi dan barang jadi kemudian mengirimkan produk tersebut ke konsumen melalui sistem distribusi.

Dari definisi diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa :

Supply Chain Management (SCM) adalah Sebuah rangkaian atau jaringan perusahaan-perusahaan yang bekerja secara bersama-sama untuk membuat dan menyalurkan produk

atau jasa kepada konsumen akhir. Rangkaian atau jaringan ini terbentang dari penambang bahan mentah (di bagian hulu) sampai retailer / toko (pada bagian hilir).

Dalam proses di atas terdapat tiga aliran yang terjadi, yaitu :

1. Arus material melibatkan arus produk fisik dari pemasok sampai konsumen melalui rantai, sama baiknya dengan arus balik dari retur produk, layanan, daur ulang dan pembuangan.
2. Arus informasi meliputi ramalan permintaan, transmisi pesanan dan laporan status pesanan, arus ini berjalan dua arah antara konsumen akhir dan penyedia material mentah.
3. Arus keuangan meliputi informasi kartu kredit, syarat-syarat kredit, jadwal pembayaran dalam penetapan kepemilikan dan pengiriman.

Fungsi Supply Chain Management

Fungsi-fungsi manajemen yang utama adalah :

1. Planning (Perencanaan)
Perencanaan merupakan proses pendefinisian tujuan organisasi, pembuatan strategi untuk mencapai tujuan, serta pengembangan rencana aktivitas organisasi. Tahap perencanaan sangat penting dan tidak boleh dilewatkan.
2. Organizing (pengorganisasian)
Pengorganisasian adalah proses penyusunan atau penentuan sumber daya organisasi untuk mencapai tujuan perusahaan.
3. Actuating (Pelaksanaan)
Pelaksanaan merupakan proses penerapan atau implementasi dari semua rencana, konsep, ide, serta gagasan yang telah dibuat sebelumnya, untuk meraih tujuan bersama.
4. Controlling (Pengendalian)
Pengendalian adalah bentuk kontrol atau evaluasi terhadap kinerja organisasi. Hal ini dilakukan untuk memastikan jika apa yang telah direncanakan, disusun serta dijalankan sudah sesuai dengan apa yang telah dirancang sebelumnya.

Fungsi Dasar SCM Adalah:

1. Secara fisik mengubah bahan baku dan komponen menjadi produk dan mengirimnya ke konsumen akhir.
2. Meyakinkan bahwa pengiriman produk/ jasa memuaskan aspirasi pelanggan.

Ada dua fungsi SCM, yaitu:

Pertama adalah SCM secara fisik mengkonversi bahan baku menjadi produk jadi dan menghantarkannya ke pemakai akhir. Fungsi pertama ini berkaitan dengan ongkos-ongkos fisik, yaitu ongkos material, ongkos penyimpanan, ongkos produksi, ongkos transportasi dan sebagainya.

Yang Kedua, SCM sebagai mediasi pasar, yakni memastikan bahwa apa yang di suplai oleh SCM mencerminkan aspirasi pelanggan atau pemakai akhir tersebut. Fungsi kedua ini berkaitan dengan biaya-biaya survey pasar, perancangan produk, serta biaya-biaya akibat tidak terpenuhinya aspirasi konsumen oleh produk yang disediakan oleh sebuah SCM. Ongkos-ongkos ini bisa berupa ongkos mark down, yakni penurunan harga produk yang tidak laku dijual dengan harga normal, atau ongkos kekurangan supply yang dinamakan dengan stockout cost.

Manajemen rantai suplai adalah pendekatan secara lintas fungsi, termasuk mengatur pergerakan material mentah ke dalam sebuah organisasi, beberapa aspek-aspek tertentu dari proses internal material barang mentah menjadi barang jadi, dan pergerakan barang jadi

keluar dari organisasi menuju pelanggan. Sebagai organisasi yang berusaha mengfokuskan pada kompetisi dan menjadi lebih fleksibel, mereka mengurangi kepemilikan mereka atas sumber bahan baku dan saluran distribusi. Fungsi-fungsi ini semakin sering dipakai untuk membuat aktifitas lebih baik dan lebih efisien. Efeknya adalah untuk meningkatkan jumlah organisasi yang terlibat dalam memenuhi permintaan pelanggan, sementara itu mengurangi kontrol manajemen operasi logistik sehari-hari. Kurangnya kontrol dan mitra rantai pasokan lebih mengarah kepada penciptaan konsep manajemen rantai suplai.

Tujuan supply chain manajemen diatas adalah:

1. Supply chain manajemen menyangkut pertimbangan mengenai lokasi setiap fasilitas yang memiliki dampak terhadap aktivitas dan biaya dalam rangka memproduksi produk yang diinginkan pelanggan dari supplier dan pabrik hingga disimpan di gudang dan pendistribusiannya ke sentra penjualan.
2. Mencapai efisiensi aktivitas dan biaya seluruh sistem, total biaya sistem dari transportasi hingga distribusi persediaan bahan baku, proses kerja dan barang jadi.
3. Untuk meningkatkan kepercayaan dan kolaborasi di antara mitra suplai, sehingga meningkatkan visibilitas persediaan dan kecepatan pergerakan persediaan.

Beberapa model telah diajukan untuk memahami aktifitas yang dibutuhkan untuk mengatur pergerakan material di organisasi dan batasan fungsional. SCOR adalah model manajemen rantai suplai yang dipromosikan oleh Dewan Supply Chain. Model lainnya adalah Model SCM yang diajukan oleh Global Supply Chain Forum (GSCF).

Karakter Sistem

Menurut Turban, Rainer, Porter (2004, h321), terdapat 3 macam komponen rantai suplai, yaitu:

1. Rantai Suplai Hulu/Upstream supply chain Bagian upstream (hulu)/ supply chain meliputi aktivitas dari suatu perusahaan manufaktur dengan para penyalurannya (yang mana dapat manufaktur, assembler, atau kedua-duanya) dan koneksi mereka kepada para penyalur mereka (para penyalur second-trier). Hubungan para penyalur dapat diperluas kepada beberapa strata, semua jalan dari asal material (contohnya bijih tambang, pertumbuhan tanaman. Di dalam upstream supply chain, aktivitas yang utama adalah pengadaan.
2. Manajemen Internal Suplai Rantai/Internal supply chain management Bagian dari internal supply chain meliputi semua proses pemasukan barang ke gudang yang digunakan dalam mentransformasikan masukan dari para penyalur ke dalam keluaran organisasi itu. Hal ini meluas dari waktu masukan masuk ke dalam organisasi. Di dalam rantai suplai internal, perhatian yang utama adalah manajemen produksi, pabrikasi, dan pengendalian persediaan.
3. Segmen Rantai Suplai Hilir/Downstream supply chain segment Downstream (arah muara) supply chain meliputi semua aktivitas yang melibatkan pengiriman produk kepada pelanggan akhir. Di dalam downstream supply chain, perhatian diarahkan pada distribusi, pergudangan, transportasi, dan after-sales-service.

Alur SCM PT Nippon Indosari Corpindo

PT Nippon Indosari Corpindo, Tbk. Perusahaan ini merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang industri pangan, yaitu Sari Roti. Tentunya ketika produk ini sudah tidak asing lagi bagi masyarakat karena pendistribusian produk ini sangat luas sehingga seringkali produk ini dapat dengan mudah ditemukan mulai dari agen distribusi keliling, toko kecil, minimarket, hingga supermarket besar. Selain strategi distribusi yang luas, produk

Sari Roti ini juga terdiri dari berbagai macam varian roti yang dikemas secara praktis dengan harga yang terjangkau dan tanpa bahan pengawet, sehingga produk ini banyak dikonsumsi oleh anak sekolah, mahasiswa, maupun pekerja kantoran.

Bagaimana Supply Chain Management dari PT Nippon Indosari Corpindo, Tbk. dalam memasok bahan baku, melakukan proses produksi, distribusi produk, hingga akhirnya sampai kepada konsumen. Perlu diketahui pula bahwa produk Sari Roti diproduksi tanpa bahan pengawet sehingga memiliki jangka waktu kedaluwarsa yang pendek dan hal ini tentu membuat perusahaan benar-benar bekerja keras dalam membuat strategi distribusi produk yang baik untuk meminimalisir penarikan produk yang tidak laku dan sudah kedaluwarsa. Sesuai dengan teori Supply Chain Management, alurnya dapat dijabarkan sebagai berikut :

1. Supplier

Bahan baku untuk membuat roti dikirim oleh pemasok ke pabrik Sari Roti. Bahan baku yang baru dikirim tersebut kemudian harus melewati seleksi ketat untuk memenuhi standar yang telah ditetapkan perusahaan dengan tujuan mendapatkan bahan baku terbaik untuk menghasilkan produk yang berkualitas. Setelah memenuhi standar perusahaan, bahan baku tersebut disimpan di dalam gudang khusus bahan baku yang disesuaikan dengan persyaratan penyimpanan masing-masing bahan baku. Sebagian besar bahan baku langsung diolah untuk memproduksi roti, sehingga persediaan bahan baku di gudang tidak menumpuk terlalu banyak guna meminimalkan kerugian perusahaan apabila bahan baku tersebut rusak atau kedaluwarsa.

2. Produksi

Dalam proses produksi, perusahaan mengutamakan kecepatan dan efisiensi produksi tanpa mengabaikan kualitas produk yang dihasilkan. Perusahaan melakukan kegiatan produksi secara terus menerus setiap harinya, yaitu dilakukan 24 jam dalam sehari selama 7 hari untuk setiap minggunya. Dalam hal ini, perusahaan mengatur jam kerja karyawan dalam 3 shift jam kerja setiap harinya agar produksi roti dapat terus berjalan. Dikarenakan kegiatan produksi yang berjalan terus-menerus, perusahaan dapat memproduksi banyak roti perharinya yaitu sekitar 2 juta potong roti setiap hari.

Untuk mengefisienkan waktu dan menghemat biaya distribusi, perusahaan membangun pabrik di lokasi wilayah pemasaran produk Sari Roti. Dalam proses produksi juga dibuat seefektif mungkin sesuai dengan alur manajemen operasi dimana mesin-mesin diletakkan berurutan dan berdekatan sesuai urutan proses. Adapun pembuatan roti menggunakan metode Sponge and Dough Mixing, dimana dengan menggunakan metode ini, proses produksi memerlukan waktu yang lebih lama namun terjamin akan mendapatkan kualitas yang terbaik.

Berkaitan dengan menekan biaya produksi, perusahaan menggunakan strategi Mass Customization, dimana perusahaan membuat produk yang variatif yang diproduksi dengan cepat dengan harga yang murah. Strategi ini didasarkan dari adanya permintaan konsumen yang tinggi akan variasi Sari Roti, sehingga dengan begitu perusahaan berusaha selalu memenuhi kebutuhan konsumen dengan memproduksi roti dalam jumlah besar dan tidak lupa dengan menekan biaya produksi agar harga jual produk Sari Roti menjadi terjangkau untuk masyarakat.

3. Distribusi

Agen distribusi Sari Roti tersebar secara luas di wilayah Jawa, Sumatra dan Makassar. Dalam proses pendistribusian, perusahaan memberlakukan sistem Just In Time sehingga perusahaan tidak menimbun persediaan dan dapat menjamin produk senantiasa baru dan berkualitas. Agen-agen ini namun tidak terlalu banyak ditemui karena, perusahaan lebih banyak melakukan pendistribusian kepada gerai-gerai yang

cakupan persebarannya lebih luas dan mudah ditemukan seperti di minimarket (Indomart dan Alfamart) dan supermarket (Hypermart dan Giant).

4. Retailer

Perusahaan mendistribusikan produk Sari Roti ke agen-agen penjual dengan jumlah pasokan yang tepat, dalam artian tidak terlalu banyak dan juga tidak terlalu sedikit. Hal ini dilakukan untuk meminimalisir kerugian atau pengembalian produk yang tidak laku akibat terlalu banyak pasokan di agen penjual. Selain itu, pasokan produk yang terlalu sedikit juga bisa menambah biaya distribusi apabila produk tersebut habis dan ada permintaan pelanggan. Maka dari itu, perusahaan memberlakukan peraturan yaitu melakukan pengiriman ke gerai atau agen penjual setiap hari, bisa 2 kali sehari tergantung dari permintaan pelanggan. Adapun pengajuan pemesanan paling lambat dilakukan 2 hari sebelum pengiriman produk ke gerai agar produk Sari Roti dapat dikirim dalam keadaan baru.

5. Customer

Melalui distribusi maksimal yang dilakukan oleh perusahaan, pelanggan dapat dengan mudah menemukan dan membeli produk Sari Roti di gerai-gerai terdekat. Produk Sari Roti tersebut juga terjaga kualitasnya karena perusahaan selalu memantau dan mengusahakan untuk selalu memberi yang terbaik untuk konsumen dengan selalu memperhatikan keseluruhan proses pengolahan dari bahan baku hingga barang jadi, sampai pada proses pendistribusian kepada masyarakat.

Untuk menunjang kelancaran Supply Chain Management, PT Nippon Indosari Corpindo, Tbk. menggunakan sistem SAP (System Analysis And Program Development) untuk memantau keadaan pasar saat ini, pasokan bahan baku, jumlah produk yang dipesan, dan bagaimana penjualan produk pada agen-agen penjual. Perusahaan juga senantiasa memperhatikan masa kedaluwarsa produk roti yang beredar di agen-agen penjual, yaitu dengan melakukan penarikan roti 1 hari sebelum tanggal kedaluwarsa. Untuk mempermudah pengecekan, perusahaan memberlakukan adanya perbedaan warna pengikat kemasan roti untuk setiap harinya dalam 1 minggu. Produk Sari Roti yang ditarik akan dikirim kembali ke pabrik, kemudian dimasukkan ke dalam mesin penghancur, lalu akan dijual kepada pihak ketiga untuk diolah menjadi makanan ternak dan ikan.

Kesimpulan

Dari hasil penjabaran analisis di atas, dapat disimpulkan bahwa PT Nippon Indosari Corpindo, Tbk. menjalankan proses Supply Chain Management secara lengkap dengan tidak memotong bagian distribusi untuk menghemat biaya. Sebagai gantinya, perusahaan menghemat biaya dari pemilihan bahan baku dan juga proses produksi yang dikerjakan sebaik mungkin serta pengawasan yang dilakukan terus menerus untuk menjamin kualitas yang bagus untuk produk Sari Roti. Selain itu, perusahaan ini juga mempunyai strategi yang bagus dalam pendistribusian produk yaitu pada gerai atau agen-agen yang tersebar luas di seluruh wilayah Indonesia sehingga dapat memaksimalkan distribusi produk kepada konsumen dan tentunya melalui hal ini juga dapat diperoleh laba yang maksimal. Pengolahan limbah juga tergolong bagus karena dapat menghasilkan profit lagi dengan pengolahan kembali menjadi pakan ternak dan ikan. Dengan begini, dapat dikatakan bahwa PT Nippon Indosari Corpindo, Tbk. dapat menjalankan proses Supply Chain Management dengan sangat baik.

Daftar Pustaka

- Barry Render, Jay Haeizer, 2001, Prinsip-Prinsip Manajemen Operasi, Salemba Empat.
- Chopra, S., and Meindl, P. (2001). Supply chain management: Strategy, planning, and operations. New Jersey - Prentice-Hall.
- Ibrahim Siddig Balal, Abdelsalam Adam Hamid, 2012, Supply Chain Management Practices and Supply Chain Performance Effectiveness, International Journal of Science and Research (IJSR),p.187-195
- Koeswara, A. (n.d). Manajemen Operasi Sari Roti. Diakses dari http://www.academia.edu/8964074/Manajemen_Operasi_Sari_Roti
- Maddepunggeng, Andi (2017). Pengaruh Manajemen Rantai Pasokan (MRP) pada Daya Saing dan Kinerja Perusahaan Jasa Konstruksi di DKI Jakarta. Journal Kontruksi. Vol 8(2). Hal : 23-26.
- Pujawan, I N. (2005). Supply chain management. Guna Widya
- Rahmasari, Lisda (2011). Pengaruh Supply Chain Manajemen terhadap Kinerja Perusahaan dan Keunggulan Bersaing (Studi Kasus pada Industri Kreatif di Provinsi Jawa Tengah). Majalah Ilmiah informatika (2013). Hal : 89 – 103
- Richardus Eko Indrajit dan Richardus Djokopranoto, 2002, Konsep Manajemen Supply Chain: Cara Baru Memandang Mata Rantai Penyediaan Barang,. Jakarta:Gamedia Widyasarana Indonesia.
- Simchi-Levi, D., Kaminski, P., and Simchi-Levi, E. (2000). Designing and managing the supply chain: Concept, strategies, and case studies. Irwin McGraw-Hill.
- Yolanda M. Siagian, Cetakan II 2007, Aplikasi Supply Chain management dalam Dunia Bisnis, Grasindo.