

ANALISIS *SUPPLY CHAIN* PADA PT. CAHAYA INDO PERSADA

Fendy Christyono

Program Manajemen Bisnis, Program Studi Manajemen, Universitas Kristen Petra

Jl. Siwalankerto 121-131, Surabaya

E-mail: fendychristyono@yahoo.com

Abstrak— Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi *supply chain* pada PT Cahaya Indo Persada yang berada di daerah Dumar Industri Margomulyo, dilihat dari setiap elemen dalam *supply chain driver* untuk mencapai tingkat responsif dan efisiensi yang optimal dari masing-masing elemen. Terdapat enam elemen yaitu: fasilitas, *inventory*, transportasi, informasi, *sourcing*, dan harga. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif. Metode yang digunakan dalam pengumpulan data yaitu wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sample*. Uji validitas data menggunakan metode triangulasi sumber.

Hasil penelitian ini menunjukkan kondisi dari masing-masing elemen *supply chain drivers* pada PT. Cahaya Indo Persada, dimana untuk elemen fasilitas dan *inventory* cenderung mengarah strategi responsif, sementara elemen transportasi cenderung ke strategi efisien. Elemen informasi dan harga kurang responsif dan efisien, sementara untuk *sourcing* sudah responsif dan efisien

Kata Kunci— *Supply chain, supply chain driver, strategi responsif dan efisien.*

I. PENDAHULUAN

Perkembangan dalam dunia bisnis pada saat ini semakin pesat. Hal ini ditandai dengan semakin banyaknya perusahaan bermunculan dan menyediakan produk atau jasa yang sama. Seringkali, konsumen harus semakin bijak dan kritis dalam memilih produk atau jasa yang digunakan agar didapatkan hasil yang maksimal. Kondisi ini akan membuat persaingan menjadi semakin ketat, sehingga setiap perusahaan harus mulai berlomba-lomba memberikan pelayanan yang terbaik agar dapat memuaskan pelanggannya.

Perusahaan manufaktur pun mulai sadar bahwa untuk menyediakan produk yang murah, berkualitas, dan pelayanan yang terbaik itu memerlukan peran serta semua pihak yang berhubungan dengan proses produksi suatu perusahaan. Aspek tersebut dapat berjalan dengan baik dengan membutuhkan peran serta semua pihak mulai dari *supplier* yang mengelola bahan baku dari alam menjadi komponen pabrik, pabrik yang mengubah komponen dan bahan baku menjadi produk jadi, perusahaan transportasi yang mengirimkan bahan baku dari *supplier*, dan jaringan distribusi yang menyampaikan produk ke konsumen. Kesadaran akan pentingnya semua pihak inilah

kemudian yang melahirkan *supply chain management* (Pujawan, 2010).

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 *supplier*, pabrik, distributor, toko atau ritel, serta perusahaan-perusahaan pendukung seperti perusahaan jasa logistik (Chopra dan Meindl, 2007)

Salah satu strategi pada *supply chain* adalah strategi responsif dan strategi efisien. Dalam menciptakan strategi responsif, dapat dilakukan perusahaan dengan melakukan riset pasar dengan lebih baik, sehingga bisa menangkap apa yang diinginkan oleh pasar dan cepat merespon keinginan pasar.

Strategi responsif adalah strategi yang berisi kemampuan *supply chain* dalam menanggapi dan mengatasi permintaan dalam jumlah yang besar, memenuhi kebutuhan konsumen dalam waktu dekat, menangani variasi produk yang banyak, memberikan pelayanan yang tinggi kepada konsumen, menangani ketidakpastian permintaan. Semakin tinggi kemampuan *supply chain* melakukan setiap hal tersebut akan semakin responsif sebuah perusahaan, namun biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan juga akan semakin besar (Chopra dan Meindl, 2007).

Strategi efisien merupakan kemampuan perusahaan dalam mengatur biaya perusahaan, menghilangkan biaya yang tidak perlu namun tetap menjaga agar perusahaan tetap efektif dalam memberikan pelayanan terhadap pelanggan. Strategi efisien menekankan pada upaya dalam memenuhi permintaan pelanggan dengan cara meminimumkan total biaya yang diperlukan (Chopra dan Meindl, 2007).

Agar dapat mencapai strategi responsif dan efisien pada *supply chain*, *supply chain* memiliki alat penggerak yang berpengaruh terhadap performa *supply chain*. Alat penggerak dalam *supply chain* dikenal dengan *supply chain drivers*. *Supply chain drivers* dibagi menjadi 2 fungsi, pertama *logistic function* yang mencakup: fasilitas, *inventory*, dan transportasi. Yang kedua adalah *cross functional* yang mencakup informasi, *sourcing*, dan harga (Chopra dan Meindl, 2007).

Perusahaan yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah PT Cahaya Indo Persada. PT Cahaya Indo Persada adalah salah satu perusahaan manufaktur penghasil peralatan makanan dengan produk utama sendok dan garpu. Produk yang dihasilkan oleh PT. Cahaya Indo Persada adalah peralatan makanan. PT. Cahaya Indo Persada ini memiliki

pembeli yaitu distributor, minimarket, supermarket, dan hypermarket.

Untuk mempertahankan dan memenuhi keinginan dari pelanggannya, diperlukan kerja sama dan menjalin hubungan yang baik. Hal ini tentu saja akan menjadi kerugian apabila salah satu pihak mengalami masalah. PT. Cahaya Indo Persada terkadang memiliki masalah dalam hal kerusakan barang pesanan pelanggan pada saat pengiriman dengan menggunakan ekspedisi, kurangnya kendaraan pengiriman, dan keterlambatan pembayaran dari pihak pembeli yang menggunakan sistem kredit dalam pembayarannya. Masalah ini tidak boleh diabaikan karena dapat berdampak pada berkurangnya keuntungan yang diperoleh perusahaan.

Melihat pentingnya *supply chain* dan strategi apa yang dapat membantu perusahaan untuk mencapai keuntungan yang maksimal pada PT. Cahaya Indo Persada dan memperbaiki permasalahan yang ada dalam perusahaan. Kondisi dan permasalahan yang ada di PT. Cahaya Indo Persada ini dipandang layak untuk diangkat sebagai topik penelitian.

II. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif. Metode kualitatif merupakan penelitian yang dilakukan pada objek yang alamiah. Objek yang alamiah adalah objek yang berkembang apa adanya, tidak dimanipulasi oleh peneliti dan kehadiran peneliti tidak mempengaruhi pergerakan pada objek tersebut. Instrumen yang digunakan adalah manusia atau *human instrument*, yaitu peneliti itu sendiri. Untuk dapat menjadi instrumen, maka peneliti harus memiliki bekal teori dan bekal wawasan yang luas, sehingga mampu bertanya, menganalisis, memotret, dan mengkonstruksi situasi sosial yang diteliti menjadi lebih jelas dan bermakna.

Karakteristik dari metode penelitian kualitatif ini adalah deskriptif, data yang dikumpulkan berupa kata-kata dan gambar. Data tersebut mungkin berasal dari naskah wawancara, catatan lapangan, foto, *videotape*, dokumen pribadi, catatan atau memo, dan dokumen resmi lainnya. Penelitian deskriptif merupakan suatu metode dalam meneliti sekelompok manusia, suatu obyek, suatu set kondisi, dan suatu sistem pemikiran (Moleong, 2014).

Subyek penelitian adalah orang yang diminta untuk memberikan keterangan mengenai suatu fakta atau pendapat. Subyek dalam penelitian ini adalah PT Cahaya Indo Persada.

Obyek penelitian adalah suatu sifat atau nilai dari orang, objek kegiatan mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh penulis untuk dipelajari dan kemudian di tarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini obyek yang akan diteliti adalah elemen-elemen pada *supply chain drivers* pada PT. Cahaya Indo Persada.

Teknik penentuan narasumber dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu, dimana sumber data tersebut yang dianggap paling tahu tentang apa yang akan diharapkan, atau mungkin sebagai penguasa sehingga memudahkan peneliti untuk dapat menjelajahi obyek/situasi sosial yang diteliti

(Sugiyono, 2012). Informan dalam penelitian ini adalah direktur utama, kepala produksi, kepala operasional, supplier, dan pelanggan

Sumber data utama dalam penelitian kualitatif adalah kata-kata, dan tindakan, selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain (Moleong, 2014). Sumber data yang digunakan adalah kata-kata, sumber tertulis, dan foto. Teknik dalam pengumpulan data menggunakan teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi (Moleong, 2014).

Metode yang digunakan untuk uji validitas data penelitian adalah dengan menggunakan metode triangulasi. Menurut Sugiyono (2012) terdapat tiga macam triangulasi yaitu: triangulasi sumber data, triangulasi teknik pengumpulan data, triangulasi waktu. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik triangulasi sumber, yaitu dengan menguji kredibilitas data yang dilakukan dengan cara memeriksa data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber, kemudian dideskripsikan serta dicari mana pandangan yang sama, dan mana pandangan yang berbeda.

Teknik analisis data yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi (Sugiyono 2012).

III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Fasilitas

Penentuan fasilitas mempunyai dampak yang besar dalam tingkat responsifitas dan efisien dalam *supply chain*. Semakin baik fasilitas suatu perusahaan, maka akan mengurangi biaya transportasi yang akan dikeluarkan oleh perusahaan dalam melakukan pengiriman kepada pelanggannya (Chopra & Meindl, 2007).

PT. Cahaya Indo Persada memiliki tiga gudang. Gudang-gudang itu terdiri dari gudang bahan baku, gudang bahan pendukung, dan gudang barang jadi. Semua lokasi gudang-gudang tersebut menjadi satu dengan pabrik PT. Cahaya Indo Persada. Sehingga dapat dikatakan bahwa untuk indikator *location* mengarah pada strategi efisien.

Untuk perlengkapan dalam gudang, PT. Cahaya Indo Persada sudah menggunakan peralatan yang canggih dan dapat mempercepat operasional perusahaan seperti forklift dan *hand pallet*. Sehingga dapat dikatakan untuk indikator peralatan, PT. Cahaya Indo Persada mengarah pada strategi responsif.

Waktu yang diperlukan PT. Cahaya Indo Persada dalam melakukan pengiriman kepada pelanggan memakan waktu satu sampai tiga hari. Hal ini mengarah pada responsif karena dalam melakukan pengirimannya, PT. Cahaya Indo Persada dapat mengirimkan barang dengan cepat tidak memakan waktu berhari-hari atau berbulan-bulan.

Kapasitas gudang dalam perusahaan besar dan dapat menampung *inventory* untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Sehingga dapat dikatakan bahwa untuk indikator *capacity* mengarah pada strategi responsif.

Metode gudang yang digunakan PT. Cahaya Indo Persada adalah *job lot storage*. Metode ini dikatakan mengarah pada strategi responsif karena barang yang ada digolongkan sesuai tipe produk secara bersama berdasarkan jenis produk yang

dibutuhkan oleh pelanggan, walaupun terdapat pemisahan dalam tata letak barangnya.

Inventory

Ada permasalahan dalam memelihara keseimbangan *inventory* agar persediaan yang ada tidak terlalu banyak dan tidak terlalu sedikit. Menyimpan persediaan yang terlalu banyak akan mengakibatkan *holding cost* (biaya penyimpanan) persediaan membesar, sedangkan bila menyimpan produk terlalu sedikit akan mengakibatkan kekuarangan produk, yang pada akhirnya berdampak pada biaya pengiriman dadakan yang tinggi, atau hilangnya pesanan dari pelanggan, sehingga dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan (Chopra & Meindl, 2007).

Dalam menjaga agar stok dalam masing-masing gudang tetap stabil, perusahaan selalu melakukan cek stok terhadap barang-barang yang ada di setiap gudang yang dimiliki. Jumlah stok yang ada pada gudang bahan baku dan gudang bahan pendukung tergantung dari jumlah pemakaiannya. Untuk gudang barang jadi perusahaan melihat rata-rata penjualan setiap enam bulan. PT. Cahaya Indo Persada memiliki persediaan barang lebih, apalagi untuk barang-barang yang memiliki kemampuan jual yang tinggi.

Dalam ketersediaan stok barang yang dimiliki, PT. Cahaya Indo Persada memiliki stok barang lebih. PT. Cahaya Indo Persada memiliki *safety stock* sebanyak 150 sampai 250 karton harus tersedia di gudang. Hal ini dilakukan agar menghindari kekosongan barang, sehingga pesanan pelanggan yang mendadak dapat dipenuhi dengan cepat dan tidak perlu menunggu proses produksi. Namun, karena memiliki persediaan yang lebih, akan mengakitatnya timbulnya *holding cost* pada perusahaan.

Dalam melakukan pengiriman, PT. Cahaya Indo Persada selalu memenuhi permintaan pelanggannya sesuai dengan orderan pelanggannya. Karena sebelum melakukan pengiriman kepada pelanggan, perusahaan selalu melakukan *checker* barang dan menimbang beratnya, untuk mengetahui sesuai atau tidak dengan jumlah permintaan dari pelanggan.

Barang yang diproduksi PT. Cahaya Indo Persada memiliki banyak variasi merk dan jenis barang. Dengan adanya variasi barang yang banyak dan ketersediaan *stock* saat ada permintaan, akan berpengaruh pada kepuasan pelanggan. Sehingga dalam *inventory* PT. Cahaya Indo Persada dapat dikatakan mengarah pada strategi responsif.

Transportasi

Penentuan strategi transportasi dilihat dari model transportasi, rute transportasi, rata-rata pengiriman barang, biaya transportasi saat pengiriman. Apabila semakin cepat maka akan semakin responsif namun biaya yang dikeluarkan akan lebih besar (Chopra & Meindl, 2007).

PT. Cahaya Indo Persada menggunakan model transportasi biasa/standar dengan harga yang relatif murah, seperti truk boks dan jasa ekspedisi untuk melakukan kegiatan pengiriman kepada pelanggannya. Sehingga dapat dikatakan untuk indikator *transportation model* mengarah pada strategi efisien.

Dalam melakukan pengiriman kepada pelanggan, jika rute pengiriman sama tetapi muatan dalam kendaraan belum penuh,

perusahaan akan tetap melakukan pengiriman ke pelanggannya sesuai dengan batas waktu yang disepakati dengan pelanggan. Sehingga dapat dikatakan untuk indikator *average outbond shipment size* mengarah pada strategi responsif.

Untuk proses pengiriman barang dari *supplier* kepada PT. Cahaya Indo persada, dilihat dari jumlah dan bentuk pembelian barangnya. Untuk pembelian barang yang tidak banyak dan kecil dilakukan satu kali pengiriman. Sedangkan untuk pembelian barang yang pengirimannya memakan *space* yang besar dan banyak pengiriman dilakukan secara bertahap. Sehingga dapat dikatakan untuk indikator *average incoming shipment* mengarah pada strategi efisien.

PT. Cahaya Indo Persada memperhatikan biaya transportasi yang digunakan. Biaya yang dikeluarkan saat pengiriman dalam kota yaitu biaya bahan bakar, parkir, tol, biaya sewa truk jika armada perusahaan terpakai semua. Untuk pengiriman ke luar kota, perusahaan mengeluarkan biaya untuk menggunakan *outsorce*, yaitu penggunaan jasa ekspedisi. Sehingga dapat dikatakan untuk indikator *transportation cost* mengarah pada strategi efisien.

Untuk rute pengiriman, PT. Cahaya Indo Persada tidak memiliki jadwal untuk rute pengirimannya. Perusahaan menggunakan sistem *FIFO (First In First Out)*. Jadi, PO yang masuk terlebih dahulu akan dikirim terlebih dahulu sesuai dengan urutan PO yang masuk. Sehingga dapat dikatakan untuk *transportation route* masuk dalam kategori strategi responsif.

Informasi

Informasi yang baik akan meningkatkan efisiensi dan responsifitas perusahaan. Dengan penggunaan teknologi yang maju, cepat dan terintegrasi, maka perusahaan akan semakin responsif dan efisien dalam kegiatan operasionalnya (Chopra & Meindl, 2007).

Dalam menjalankan proses bisnisnya, PT. Cahaya Indo Persada menggunakan media telepon, *Blackberry Messenger* (BBM), *WhatsApp*, *E-mail* dan kunjungan salesman kepada masing-masing pelanggan. Media-media ini digunakan untuk bertukar informasi baik kepada pelanggan ataupun kepada *supplier*. Untuk media informasi PT. Cahaya indo Persada sudah memaksimalkan responsif dan efisien

Dalam perusahaan, PT. Cahaya Indo Persada belum menggunakan sistem online untuk membantu kegiatan operasionalnya. Jika ada orderan dari pelanggan, bagian administrasi akan memberi info kepada bagian gudang dengan menggunakan *email* dan telepon. Begitu juga sebaliknya, untuk mengetahui persiapan order hingga status order sudah sampai dimana, bagian gudang akan memberikan informasi dengan menggunakan *email* dan telepon. Untuk *Electronic data interchange* perusahaan kurang responsif dan kurang efisien.

Sourcing

Pemilihan *supplier* yang baik dilihat dari harga barang, kualitas barang dan kecepatan dalam melakukan pengiriman kepada pelanggan (Chopra & Meindl, 2007).

Untuk *supplier selection*, PT. Cahaya Indo Persada menggunakan *supplier* dari perusahaan manufaktur. Hal ini

dikatakan responsif dan efisien karena dengan menggunakan *supplier* perusahaan manufaktur, PT. Cahaya Indo Persada akan mendapatkan harga lebih murah dan memiliki kualitas yang bagus.

Harga yang didapatkan oleh PT. Cahaya Indo Persada dari *supplier* adalah harga yang paling murah dan tidak ditambahi oleh biaya-biaya lainnya. Sehingga untuk *average purchase price* perusahaan dikatakan responsif dan efisien karena harga yang didapatkan PT. Cahaya Indo Persada langsung didapatkan dari perusahaan pembuat barang tersebut.

Supplier PT. Cahaya Indo Persada tidak memberikan batasan maksimal pada pemesanan PT. Cahaya Indo Persada. Perusahaan dapat memesan barang sesuai dengan kebutuhan. Bila kebutuhannya sedikit, maka dapat memesan sedikit tetapi harus sesuai pesanan minimum yang disepakati. Demikian pula jika perusahaan membutuhkan banyak, perusahaan dapat memesan kepada *supplier* dalam jumlah banyak. Sehingga untuk *average purchase quantity* perusahaan dikatakan responsif dan efisien, karena dalam melakukan pemesanan barang pada *supplier*, PT. Cahaya Indo Persada dapat memesan secara tidak terbatas.

Untuk *supply quality* perusahaan dikatakan responsif dan efisien, karena *supplier* yang digunakan adalah langsung perusahaan penghasil barang yang dibutuhkan oleh PT. Cahaya Indo Persada untuk proses produksinya, maka barang yang didapatkan memiliki kualitas bagus karena mendapatkan barangnya langsung dari perusahaan yang memproduksi barang itu. Bila barang kiriman *supplier* ada yang rusak atau cacat, perusahaan dapat melakukan retur kepada *supplier*.

Untuk waktu pengirimannya, *supplier* PT. Cahaya Indo Persada membutuhkan waktu maksimal tujuh hari kerja jika barang yang dipesan *ready stock*, tetapi jika barang yang dipesan tidak *ready stock* sekitar dua sampai tiga minggu setelah *Purchasing Order* (PO) dari PT. Cahaya Indo Persada diterbitkan. Sehingga untuk *supply lead time* perusahaan dikatakan responsif dan efisien, karena waktu pengiriman barang dari *supplier* tidak memerlukan waktu yang lama.

Harga

Profit margin PT. Cahaya Indo Persada tergolong kecil, karena dapat diperkirakan dari harga pokok produksi dan harga penjualan kepada pelanggan. Hal ini responsif karena memberikan harga yang murah kepada pelanggan, namun kurang efisien bagi perusahaannya.

PT. Cahaya Indo Persada melakukan perhitungan sendiri dalam kegiatan penentuan harga. Harga jual barang yang perusahaan tetapkan kepada pelanggan kompetitif dalam pasaran, yaitu harga yang ditetapkan tidak terlalu mahal dan tidak terlalu murah. Selain itu perusahaan juga memberikan potongan harga bagi pelanggan yang membeli dalam jumlah banyak. Hal ini sudah mengoptimalkan responsif dan efisien karena dapat menarik pelanggan untuk membeli barang produksi PT. Cahaya Indo Persada.

Harga barang yang diberikan *supplier* kepada perusahaan adalah harga bersih karena *supplier* PT. Cahaya Indo Persada adalah perusahaan yang memproduksi barang tersebut atau perusahaan manufaktur. Otomatis harga yang ditawarkan pasti murah. Sehingga untuk *average order price* perusahaan

mengarah ke responsif dan efisien karena perusahaan mendapatkan harga bersih dari perusahaan yang memproduksi barang tersebut.

Dalam melakukan pembayaran dari pelanggan kepada PT. Cahaya Indo Persada, perusahaan menerapkan dua sistem, yaitu *cash* dan tempo maksimal 90 hari. Mayoritas pelanggan perusahaan membayar dengan tempo 15 sampai 30 hari. Sehingga dapat disimpulkan untuk *days sale outstanding* perusahaan dikatakan responsif dan kurang efisien. Dianggap responsif karena perusahaan memenuhi keinginan pelanggan dalam melakukan pembayaran dengan memberikan tempo paling lama 90 hari. Namun kurang efisien karena dengan penggunaan sistem ini akan berdampak pada perekonomian perusahaan yang terhambat.

IV. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis terhadap *supply chain driver* pada perusahaan dapat disimpulkan beberapa hal dibawah ini:

Fasilitas

Strategi *supply chain* yang digunakan pada elemen fasilitas PT. Cahaya Indo Persada mengarah ke strategi responsif, dapat disimpulkan dari:

Lokasi gudang PT. Cahaya Indo Persada hanya terdapat di satu lokasi dan dekat dengan jalan tol. Sehingga untuk indikator *location*, perusahaan menggunakan strategi efisien. Dalam proses produksinya PT. Cahaya Indo Persada sudah menggunakan peralatan yang canggih seperti penggunaan forklift. Sehingga untuk indikator *utilization*, perusahaan menggunakan strategi responsif. Dalam melakukan pengiriman barang, perusahaan dapat mengirimkan barang kepada pelanggan dengan cepat. Sehingga untuk indikator *flow time efficient*, perusahaan menggunakan strategi responsif. Kapasitas gudang yang dimiliki PT. Cahaya Indo Persada besar dan mampu menyimpan banyak *inventory*, sehingga untuk indikator *capacity*, perusahaan menggunakan strategi responsif. Dalam mengatur tata letak barang dalam gudang, perusahaan menggunakan *metode job lot storage*. Sehingga untuk indikator *warehouse method*, perusahaan menggunakan strategi responsif.

Inventory

Strategi *supply chain* yang digunakan pada elemen *inventory* PT. Cahaya Indo Persada mengarah ke strategi responsif, dapat disimpulkan dari:

PT. Cahaya Indo Persada memiliki persediaan barang lebih untuk memenuhi pesanan pelanggannya. Sehingga untuk indikator *average inventory*, perusahaan menggunakan strategi responsif. Dalam ketersediaan stok barang yang dimiliki, perusahaan memiliki *safety stock*, karena dengan memiliki *safety stock* dapat memenuhi pesanan pelanggan yang mendadak. Sehingga untuk indikator *safety inventory*, perusahaan menggunakan strategi responsif. Dalam melakukan pengiriman barang, perusahaan selalu memenuhi permintaan pelanggannya sesuai dengan orderan. Sehingga untuk indikator *fill rate*, perusahaan menggunakan strategi responsif. Untuk *variation inventory*, perusahaan menggunakan strategi

responsif. PT. Cahaya Indo Persada memiliki barang yang lengkap baik jenis dan merek barang.

Transportasi

Strategi *supply chain* yang digunakan pada elemen transportasi PT. Cahaya Indo Persada mengarah ke strategi efisien, dapat disimpulkan dari:

PT. Cahaya Indo Persada memiliki dua unit truk boks untuk melakukan kegiatan pengiriman. Sehingga untuk indikator *transportation model*, perusahaan menggunakan strategi efisien. Dalam melakukan pengiriman barang kepada pelanggan, jika muatan dalam truk belum penuh maka perusahaan akan tetap melakukan pengiriman. Sehingga untuk indikator *average outbound shipment size*, perusahaan menggunakan strategi responsif. Dengan adanya *Purchasing Order* (PO) yang dikirimkan kepada *supplier*, *supplier* akan mengirimkan barang sesuai kapasitas gudang perusahaan. Sehingga untuk indikator *average incoming shipment*, perusahaan menggunakan strategi efisien. Untuk pengiriman, perusahaan memperhitungkan biaya transportasi. Sehingga untuk indikator *transportation cost*, perusahaan menggunakan strategi efisien. Sedangkan untuk rute pengiriman, perusahaan menggunakan sistem FIFO (*First In First Out*). Sehingga untuk indikator *transportation route*, perusahaan menggunakan strategi responsif.

Informasi

Strategi *supply chain* yang digunakan pada elemen informasi PT. Cahaya Indo Persada kurang memaksimalkan strategi responsif dan efisien, dapat disimpulkan dari:

Dalam menjalankan proses bisnisnya, PT. Cahaya Indo Persada menggunakan media telepon, Blackberry Messenger (BBM), WhatsApp, E-mail dan kunjungan salesman kepada masing-masing pelanggan. Sehingga untuk indikator *information media*, perusahaan sudah baik dalam mengoptimalkan strategi responsif dan efisiennya. Untuk sistem internal perusahaan, PT. Cahaya Indo Persada belum menggunakan sistem online untuk membantu kegiatan operasionalnya. Sehingga untuk indikator *electronic data interchange*, PT. Cahaya Indo Persada kurang baik dalam mengoptimalkan strategi responsif dan efisiennya.

Sourcing

Strategi *supply chain* yang digunakan pada elemen *sourcing* PT. Cahaya Indo Persada sudah memaksimalkan strategi responsif dan efisien, dapat disimpulkan dari:

Supplier selection, *average purchase price*, dan *average purchase quantity*. Perusahaan sudah baik dalam mengoptimalkan strategi responsif dan efisien. Dalam hal ini PT. Cahaya Indo Persada menggunakan *supplier* yang berasal dari pabrik. Selain itu, perusahaan dapat memesan barang dalam jumlah yang besar. Sehingga PT. Cahaya Indo Persada dapat memperoleh harga bahan baku yang murah dan memiliki stok bahan baku yang selalu tersedia. *Supplier* yang dimiliki PT. Cahaya Indo Persada merupakan perusahaan yang memproduksi barang tersebut. Sehingga untuk indikator *supply quality*, perusahaan sudah baik dalam mengoptimalkan strategi responsif dan efisien. Untuk Waktu pengiriman dari

supplier, *supplier* dapat mengirimkan barang dengan cepat karena lokasi *supplier* dekat dengan perusahaan. Sehingga untuk indikator *supply Lead Time*, perusahaan sudah baik dalam mengoptimalkan strategi responsif dan efisien.

Harga

Strategi *supply chain* yang digunakan pada elemen *harga* PT. Cahaya Indo Persada kurang memaksimalkan strategi responsif dan efisien, dapat disimpulkan dari:

Profit margin PT. Cahaya Indo Persada tergolong kecil, karena dapat diperkirakan dari harga pokok produksi dan harga penjualan kepada pelanggan. Hal ini responsif karena memberikan harga yang murah kepada pelanggan, namun kurang efisien bagi perusahaannya. Untuk indikator *average sale price*, perusahaan sudah baik dalam mengoptimalkan strategi responsif dan efisien. PT. Cahaya Indo Persada memiliki harga jual yang kompetitif dipasaran sehingga harga yang diberikan tidak terlalu mahal dan tidak terlalu murah. Harga barang yang diberikan *supplier* kepada perusahaan adalah harga bersih karena *supplier* PT. Cahaya Indo Persada adalah perusahaan manufaktur. Sehingga untuk indikator *average order price*, perusahaan sudah baik dalam mengoptimalkan strategi responsif dan efisien. Untuk indikator *days sale outstanding*, perusahaan kurang baik dalam mengoptimalkan strategi responsif dan efisien. Pembayaran dari pelanggan lama sebaiknya perusahaan memberikan waktu pembayaran maksimal tempo 90 hari dan untuk pelanggan baru menggunakan *cash*.

Saran

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, saran yang tepat dan bermanfaat bagi PT. Cahaya Indo Persada adalah:

PT. Cahaya Indo Persada dapat mempertimbangkan untuk menggunakan teknologi informasi dengan sistem online pada *internal* perusahaan, agar setiap bagian dalam perusahaan dapat terhubung dan dapat mempermudah proses dari pemesanan barang dari pelanggan sampai pengiriman barang kepada pelanggan.

Dalam melakukan pengiriman jarak jauh PT. Cahaya Indo Persada sering mendapati kemasannya rusak dikarenakan truk boks yang dimiliki oleh pihak ekspedisi mengalami kebocoran. Akibatnya barang yang dikirimkan oleh PT. Cahaya Indo Persada didapati basah/rusak. Maka, disarankan PT. Cahaya Indo Persada dapat mempertimbangkan untuk memperbaiki kemasannya untuk menghindari kerusakan barang kiriman jika pengiriman dilakukan oleh ekspedisi. Sehingga barang yang dikirimkan dapat sampai dengan aman.

Dalam hal pembayaran dari pelanggan, sebaiknya PT. Cahaya Indo Persada memberikan waktu pembayaran maksimal tempo 90 hari untuk pelanggan lama. Sedangkan untuk pelanggan baru, sebaiknya perusahaan meminta pembayaran dengan *cash*.

DAFTAR PUSTAKA

- Balfaqih, H., Nory, M., Nopiah, Z.M., Saibani, N. (2016). Environmental and economic performance assessment of desalination supply chain. *Desalination*, Vol. 5 pp. 2-9.

- Chopra, S., Meindl, P. (2007). *Supply chain management: strategy, planning and operation*. New Jersey: Prentice – Hall.
- Douet, M (2016). Change drivers across supply chains: the case of fishery and aquaculture in France. *Transportation Research Procedia, Vol 14 pp. 2830 – 2839*.
- Fahimnia, B., Tang, C.S., Davarzani, H., Sarkis, J. (2015). Quantitative models for managing supply chain risks: A review. *European Journal of Operational Research, Vol. 247 pp. 1–15*.
- Indrajit, R.E., Djokopranoto, R. (2002). *Konsep Manajemen Supply Chain*. Jakarta: Gramedia Pustaka Widiasarana.
- Maspion Group (2005). *Sejarah Perusahaan*. Retrieved Februari 25, 2017 from <https://maspion.com/company/index.php=history>
- Miranda., Widjaja, A.T. (2001). *Manajemen logistik dan supply chain management*. Jakarta: Harvarindo.
- Mishra, D., Gunasekaran, A., Papadopoulos, T., Hazen, B. (2017). Green supply chain performance measures: A review and bibliometric analysis. *Sustainable Production and Consumption, Vol. 10 pp. 85-99*.
- Moleong, L.J. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Pujawan, I.N., Mahendrawathi. (2010). *Supply chain management*. Surabaya: Guna Widya.
- Qia, Y., Huo, B., Wang, Z., Yeung, H.Y.J. (2016). The impact of operations and supply chain strategies on integration and performance. *International Journal of Production Economics, Vol. 15 pp. 162–174*.
- Serdarasan, S. (2012). A review of supply chain complexity drivers. *Computers and Industrial Engineering, Vol. 66 pp. 533–540*.
- Siagian, Y.M. (2005). *Aplikasi supply chain manajemen dalam dunia bisnis*. Jakarta: Grasindo.
- Stevenson, W.J. (2005). *Operations Management*. New York: McGraw-Hill.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung : CV.Afabeta.
- Vanalle, R.M., Ganga, G.M.D., Filho, M.G., Lucato, W.C. (2017). Green supply chain management: An investigation of pressures, practices, and performance within the Brazilian automotive supply chain. *International Journal of Production Economics, Vol. 4 pp. 35-47*.