

# I. PENDAHULUAN

## 1.1. Latar Belakang

Sebuah perusahaan harus memiliki keunggulan bersaing terhadap perusahaan dalam industri sejenis agar mampu merebut pangsa pasar dan meraih keuntungan. Oleh karena itu, perusahaan harus mampu memenuhi tuntutan pasar dengan mempertimbangkan kualitas, efisiensi produksi, ketersediaan material pendukung produksi dan mengutamakan kepuasan pelanggan, sehingga pelanggan memiliki tingkat loyalitas yang tinggi terhadap produk perusahaan.

Kegiatan pemenuhan tuntutan pasar ini semestinya melibatkan banyak pihak yang terkait dengan perusahaan (*stakeholders*). Kegiatannya harus bersinergi satu sama lain, sehingga perusahaan sebaiknya melakukan rekayasa manajemen dengan menerapkan konsep Manajemen Rantai Pasok atau *Supply Chain Management* (SCM). Semangat kolaborasi, integrasi dan koordinasi untuk mewujudkan sinergisme dalam rangka memuaskan konsumen akhir merupakan tujuan dari SCM sehingga rantai pasok tersebut mampu bersaing dan mendapatkan keuntungan.

Kekuatan rantai pasok sangat penting untuk memenangkan keunggulan bersaing. Saat ini persaingan terjadi bukan hanya antara perusahaan dengan perusahaan lainnya, tetapi antara rantai pasok suatu perusahaan dengan rantai pasok perusahaan lainnya. SCM yang baik pada rantai pasok perusahaan membuat perusahaan mampu menyajikan produk yang dikehendaki atau sesuai dengan kemauan konsumen akhir, serta dapat memasok barang ke pasar dengan cepat dan tepat waktu dengan harga jual yang kompetitif, sehingga lebih unggul dari para pesaingnya.

Peran seluruh elemen dalam rantai pasok sangat penting dalam mencapai kepuasan konsumen akhir. Efisiensi harus dapat tercapai pada setiap elemen rantai pasok. Rantai pasok yang dikelola dengan baik dapat

menghasilkan produk akhir yang murah, berkualitas, bervariasi, dan tepat waktu sehingga target pasar dapat dipenuhi dan menghasilkan keuntungan usaha bagi perusahaan.

Struktur rantai pasok yang kompleks dan melibatkan banyak pihak baik internal maupun eksternal perusahaan merupakan tantangan dalam mengelola rantai pasok. Berbagai permasalahan rantai pasok dapat terjadi (Nisaa M, 2008). Pertama, kompleksitas struktur rantai pasok dapat menyebabkan timbulnya konflik kepentingan antara elemen rantai pasok. Hal ini disebabkan dalam mencapai tujuan SCM mungkin saja harus mengorbankan aspek efisiensi pada satu atau beberapa elemen rantai pasok sehingga mengurangi keuntungan fasilitas tersebut dalam program jangka pendek.

Permasalahan kedua dalam SCM adalah kesulitan membangun kesepahaman dalam mengelola rantai pasok. Kemungkinan ada satu atau lebih elemen yang dengan sengaja tidak konsisten pada tujuan sistem. Oleh karena itu perlu adanya kontrol dan bantuan teknis maupun manajemen dari perusahaan dalam aspek produksi dan operasi pada setiap elemen rantai pasok. Permasalahan ketiga adalah kemampuan dalam mengelola informasi antara elemen satu dengan lainnya kemungkinan besar tidak merata. Hal ini dapat menimbulkan gangguan dalam hal sinergi pada aspek produksi, persediaan dan lainnya.

Permasalahan keempat yaitu masalah pengendalian kualitas yang menjadi komitmen dalam rantai pasok dapat meretakkan soliditas rantai pasok, karena lemahnya pengendalian kualitas pada satu elemen rantai pasok mempengaruhi produk akhir, sehingga menjatuhkan nama seluruh elemen rantai pasok tersebut.

Pada kasus demikian akan dilakukan sanksi dengan cara penolakan produk elemen tersebut. Penolakan produk ini akan menyebabkan stagnasi produksi yang akhirnya menyebabkan stagnasi pada rantai pasok. Permasalahan yang kelima, pengukuran kinerja rantai

pasok menjadi masalah bagi banyak perusahaan yang menerapkan SCM. Banyak perusahaan tidak mengetahui bagaimana mengukur kinerja rantai pasok, sedangkan pengukuran kinerja rantai pasok yang baik sangat penting untuk mengukur produktivitas dan efisiensi yang ada.

Rantai pasok harus memiliki kinerja yang baik agar dapat mengoptimalkan keuntungan pada setiap bagian rantai pasok. Kinerja manajemen rantai pasok perlu dijaga dengan melakukan evaluasi kinerja SCM secara periodik terutama jika dilakukan perubahan terhadap struktur rantai pasok. Dengan melakukan evaluasi, perusahaan menjadi lebih tahu apa yang harus dilakukan sehingga kinerja SCM di perusahaan tersebut menjadi lebih baik di masa depan.

Salah satu perusahaan yang telah menerapkan konsep SCM adalah PT. Shindengen Indonesia. PT. Shindengen Indonesia memiliki komitmen menjadi perusahaan yang terbaik di bidangnya dan terus meningkatkan kualitas produk untuk memenuhi tuntutan konsumen lokal dengan standar internasional. Perusahaan selalu berusaha untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dan terus menerus melakukan peningkatan pelayanan dengan dilandasi konsep “*customer satisfaction*”.

Bagi PT. Shindengen Indonesia, kepuasan pelanggan adalah segalanya dan mutlak harus ditingkatkan dengan melakukan analisa dan melakukan perbaikan secara terus menerus. Dalam melakukan kegiatan bisnis PT. Shindengen Indonesia mendapatkan suku cadang dari Shindengen Electric.,MFG yang berkantor pusat di Jepang dan supplier-supplier lokal yang berada di beberapa wilayah di Indonesia.

Pemilihan PT. Shindengen Indonesia sebagai obyek studi berdasarkan pada pertimbangan, yaitu PT. Shindengen Indonesia telah mengimplementasikan SCM dalam kegiatan bisnisnya dan sebagai pemasok tunggal komponen elektrik untuk kendaraan bermotor roda dua. Oleh karena itu, pengukuran kinerja *supply chain* perlu dilakukan berdasarkan konsep SCM. Penilaian kinerja SCM pada rantai pasok bisnis

suku cadang PT. Shindengen Indonesia dianalisis berdasarkan model *Supply Chain Operations Reference* (SCOR). Model ini digunakan karena bisa mengukur kinerja rantai pasok secara obyektif berdasarkan data serta dapat mengidentifikasi di mana perbaikan perlu dilakukan untuk menciptakan keunggulan bersaing.

Model SCOR adalah suatu model acuan proses untuk operasi rantai pasok yang dikembangkan oleh *Supply Chain Council* (SCC), Pittsburgh, PA. SCC adalah suatu lembaga non-profit yang dibentuk pada tahun 1996 oleh Pittiglio Rabin Todd & McGrath (PRTM) dan AMR *Research* untuk mengembangkan suatu model implementasi rantai pasok yang telah merekrut sekitar 750 anggota di seluruh dunia dengan cabang di Eropa, Jepang, Korea, Amerika Latin, Australia, New Zealand, dan Asia Tenggara (Bolstorff *and* Rosenbaum, 2003). Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai analisis SCOR dalam penerapan SCM di PT. Shindengen Indonesia.

## **1.2. Rumusan Masalah**

1. Apakah rantai pasok PT. Shindengen Indonesia dapat memenuhi permintaan pelanggan, yang memiliki fluktuasi permintaan yang tinggi?
2. Apakah kinerja rantai pasok supplier PT. Shindengen Indonesia telah berjalan efektif berdasarkan model SCOR?

## **1.3. Tujuan Penelitian**

1. Mengidentifikasi model rantai pasok bisnis suku cadang PT. Shindengen Indonesia.
2. Menganalisis kinerja rantai pasok PT. Shindengen Indonesia dengan model SCOR.

#### **1.4. Ruang Lingkup Penelitian**

Penelitian ini menggambarkan kondisi rantai pasok bisnis suku cadang PT. Shindengen Indonesia dengan menganalisisnya menggunakan model SCOR. Dalam penelitian ini terdapat batasan-batasan yang terdiri dari:

1. Penelitian hanya dilakukan di *Production Control Departement, Procurement Section* yang mengurus pemesanan order kepada Shindengen Electric.,MFG.
2. Analisa *SCORcard* dilakukan dengan melihat kondisi perusahaan selama delapan bulan berturut-turut dari bulan Januari hingga Agustus 2013 dengan pertimbangan data yang masih baru dapat mencerminkan kondisi perusahaan saat ini.
3. *Benchmark* menggunakan data target internal yangtelah ditetapkan perusahaan.
4. Data yang digunakan tidak berhubungan dengan data keuangan dan data penjualan perusahaan.
5. Struktur rantai pasok yang akan diteliti sudah ditetapkan sebelumnya oleh perusahaan.

#### **1.5. Sistematika Penulisan**

Penulisan tugas akhir ini dibagi menjadi beberapa bagian :

### **BAB I        PENDAHULUAN**

Dalam bab ini akan dibahas Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Ruang Lingkup Masalah dan Sistematika Penulisan Tugas Akhir.

## **BAB II LANDASAN TEORI**

Dalam bab ini akan dibahas teori-teori yang berhubungan dengan topik yaitu *Supply Chain Management* dan SCOR.

## **BAB III METODE PENELITIAN**

Dalam bab ini dijelaskan Kerangka Penelitian, Tahapan Penelitian, Lokasi & Waktu Penelitian, Pengumpulan Data dan Sistematika Pengolahan & Analisa Data

## **BAB IV PENGOLAHAN DATA DAN ANALISA**

Dalam hal ini dibahas proses produksi yang dilakukan oleh Departemen Produksi.

## **BAB V PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS**

Dalam bab ini dilakukan pengolahan data terhadap data hasil kegiatan TPM dibagian produksi Chip Mounting *SH 789 RR*, sehingga dapat diketahui besarnya pengaruh kegiatan TPM tersebut terhadap keseluruhan proses dan benefit bagi perusahaan.

## **BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN**

Kesimpulan dan saran merupakan bab penutup dari laporan ini, yang berisikan kesimpulan dan saran yang ada dan memberikan saran kepada pihak perusahaan yang mengacu pada proses pembahasan masalah tersebut.