Strategi Supply Chain



## Strategi Perusahaan

* Strategi adalah proses dimana rencana di formulasikan untuk memposisikan perusahaan guna mencapai tujuannya.
* Strategi dimulai dengan pernyataan yang jelas mengenai tujuan perusahaan.
* Formula strategi dimulai dengan mendefinisikan strategi korporasi

dengan melibatkan:

* 1. Dengan menggunakan kebutuhan, kekuatan dan kelemahan

dari 4 komponen utama:

* + - pelanggan
    - pemasok
    - pesaing
    - perusahaan itu sendiri
  1. Melihat kedepan; dimana strategi yang bertentangan dengan Intuisi, yang tidak pernah terdengar dan tidak lazim dipertimbangkan
* Strategi perusahaan dikonversikan menjadi strategi yang lebih

Spesifik untuk berbagai macam bagian fungsional dari perusahaan,

Seperti logistik.

2

**Tinjauan Rencana Strategik Perusahaan**

**terhadap Rencana StrategikFungsional**

**Pemasaran**

**Keuangan**

* **Ekonomi**
* **Regulasi**
* **Teknologi**
* **Persaingan**

***Faktor Eksternal***

***Rencana strategi fungsional***

**Logistik**

**Manufacturing**

**Rencana strategik**

**korporasi**

Sumber: William Copacino and Donald B. Rosenfield, “Anallytical Tools for Straregic Planning, *Internasional*

*Journal of Physical Distribution and Materials Management*, Vol. 15, No. 3 (1985), p. 48) 3

O Setiap perusahaan yang ingin menang atau bertahan dalam persaingan harus memiliki strategi yang tepat. Strategi akan mengarahkan jalannya organisasi ke tujuan jangka panjang yang ingin dicapai.

O Strategi diperlukan oleh satu unit operasi dalam sebuah perusahaan, oleh sebuah perusahaan secara keseluruhan, maupun oleh sebuah supply chain.

O Istilah yang digunakan yaitu Operation Strategy untuk menggambarkan strategi operasi suatu perusahaan, bukan hanya yang bergerak pada sector manufaktur, tetapi juga untuk sector jasa dan organisasi lainnya.

O Strategi pada hakekatnya bukanlah sebuah keputusan atau aksi tunggal melainkan adalah kumpulan berbagai keputusan dan aksi yang dilakukan suatu organisasi atau oleh beberapa organisasi secara bersama-sama.

O Berbagai keputusan dan aksi ini dilakukan untuk mencapai tujuan jangka panjang yang telah ditentukan.

O Dalam konteks Supply Chain, keputusan ini bisa berupa pendirian pabrik baru, penambahan kapasitas produksi, perancangan produk baru, pengalihan tanggungjawab pengelolaan persediaan ke supplier, pengurangan jumlah supplier, pemberlakuan system pengendalian kualitas yang baru dsb.

O Operation Strategy di definisikan sebagai bagian dari Strategi keputusan dan tindakan yang menentukan aturan, tujuan dan aktifitas dari suatu operasi.

O Strategi operasi pada hakekatnya adalah rekonsiliasi antara kebutuhan

pasar dengan sumber daya suatu organisasi, yang mana dalam konteks supply chain berhubungan dengan semua pihak yang saling berhubungan

O Strategi Supply Chain di definisikan sebagai kumpulan kegiatan

dan aksi strategis di sepanjang supply chain yang menciptakan rekonsiliasi antara apa yang dibutuhkan pelanggan akhir dengan kemampuan sumber daya yang ada pada supply chain tersebut.

* ***Tujuan dari strategi logistik:***
  + Mengurangi biaya
  + Mengurangi investasi

   - Meningkatkan layanan pelanggan

**Strategi Logistik/ Rantai suplai**

* ***Tingkatan perencanaan logistik:***
  + Strategik
  + Taktikal
  + Operasional
* ***4 area permasalahan perencanaan rantai suplai***
  + Tingkat layanan pelanggan
  + Fasilitas lokasi
  + Keputusan persediaan
  + Keputusan transportasi
* ***Kapan harus membuat rencana?***
  + Jika saat ini sedang tidak ada jaringan distribusi.
  + Jika tidak evaluasi ulang dalam kurun waktu 5 tahun.
  + Jika biaya berubah secara tiba-tiba, terutama transportasi & persediaan
  + Jika pasar telah bergeser.
  + Jika distribusi ekonomi sekarang menunjukkan pergerseran.
  + Jika terjadi terjadi pergeseran dalam kebijakan logistik, seperti harga,

pelayanan pelanggan, atau tingkat investasi. 7

O Strategi tidak bisa dilepaskan dari tujuan jangka panjang.

Keputusan-keputusan jangka pendek dan di lingkungan local mestinya harus mendukung organisasi atau supply chain kea rah tujuan-tujuan strategis tersebut.

O Untuk bisa memenangkan persaingan pasar maka supply chain harus bisa menyediakan produk yang : murah, berkualitas, tepat waktu dan bervariasi.

O Keempat tujuan tersebut sangat penting di mata pelanggan.

Meskipun perlu disadari bahwa tingkat kepentingan untuk masing- masing tujuan tersebut berbeda untuk tiap jenis produk dan segmen pelanggan.

O Dalam konteks operasi supply chain, tujuan-tujuan tsb bisa dicapai apabila memiliki kemampuan untuk : beroperasi secara effisien, menciptakan kualitas, cepat, fleksibel, dan inovatif.

O Masing2 aspirasi pelanggan tersebut bisa didukung oleh satu atau beberapa kemampuan strategis suatu supply chain. Misalnya aspirasi untuk mendapatkan produk murah tidak hanya didukung oleh kemampuan supply chain untuk beroperasi secara effisien, tetapi juga oleh kemampuannya untuk menciptakan kualitas.



Kemampuan SC

Aspirasi pelanggan



1. Murah
2. Berkualitas
3. Tepat Waktu
4. Bervariasi
5. Beroperasi secara effisien
6. Menciptakan kualitas
7. Cepat
8. Fleksibel
9. Inovatif

Aspirasi Pelanggan dan Kemampuan Strategis Supply Chain

**Pengambilan Keputusan Strategik, Taktikal dan Operasional**

#### Strategik

###### Tingkat strategik memiliki rentang waktu yang panjang, di atas 1 tahun

* Taktikal

Tingkat taktikal memiliki rentang waktu yang menengah, di bawah 1 tahun.

* Operasional

Tingkat operasional memiliki renrang waktu yang pendek, biasanya dibuat tiap jam atau tiap hari.

10

**Pengambilan Keputusan Strategik, Taktikal dan Operasional**

***Bidang Keputusan Strategik Taktikal Operasional***

**Transportasi**

Pemilihan moda Penyewaan per- Alatan musiman

Pengiriman

**Persediaan** Lokasi, kebijakan pengendalian

Tingkat perediaan pengaman

Pengisian pesanan

**Pemprosesan pesanan**

Rancangan sistem pencatatan pemprosesan dan pengiriman pesanan

Pemprosesan pesanan, pengisian pesanan terlambat

**Pembelian** Pengembangan hubungan

pememasok- pemasok

Kontrak, pembe- lian di depan

Ekspedisi

**pergudangan** Penanganan pemilihan

Peralatan, rancangan tata letak

**Lokasi fasilitas** Jumlah, ukuran dan lokasi gudang

Utilisasi ruang Pengambilan pesanan Pengisian persediaan

11

**Konseptualisasi Persoalan Logistik/ Rantai Suplai**

###### Kapan Merencanakan

* Permintaan
* Pelayanan Pelanggan
* Karakteristik Produk
* Biaya Logistik
* Kebijaksanaan Harga
* Pedoman Formulasi Strategi
* Konsep Biaya Total

12

## 6 konsep untuk Formulasi

**Strategi Logistik**

##### Konsep total biaya

Mempertukarkan biaya yang bertentangan pada titik optimum

##### Pembedaan distribusi

Tidak semua produk harus diberikan layanan yang sama

##### Strategi bauran

Strategi bauran memiliki biaya yang lebih rendah daripada strategi murni atau strategi tunggal.

##### Penundaan

Tunda formasi untuk produk akhir selama mungkin, sampai pesanan pelanggan diterima.

##### Konsolidasi pengkapalan

Pengiriman barang berukuran kecil mempunyai proporsi biaya lebih tinggi daripada ukuran besar

##### Standardisasi produk

Hindari variasi produk karena akan menambah persediaan

13

## Konflik biaya dalam Logistik

Total cost

Cost, in dollars

Inventory cost (includes storage and intransit

Cost of transportation service

Rail Truck Air Transportation service

(greater speed and dependability)

14

**Memilih Strategi Rantai Suplai yg Tepat**



|  |  |
| --- | --- |
| **Jenis rantai suplai**  **Rantai suplai yg efisien**  **Supply-to- stock** | Karaktersitik rancangan saluran   * Produksi yg ekonomis * Persediaan barang jadi * Kuantitas pembelian yg ekonomis * Pengiriman dalam jumlah besar * Proses pemesanan dlm jumlah tertentu |
| **Rantai suplai yg responsif**  **Supply-to- order** | * Kapasitas yg berlebih * Pertukaran yg cepat * Waktu tempuh yg pendek * Proses yg fleksibel * Sarana transportasi yg memadai * Proses pemesanan tunggal |



15