**Tujuh prinsip manajemen rantai suplai**

* Segmentasi pelanggan berdasarkan kebutuhan layanan
* Perhatikan sinyal akan kebutuhan pasar dan rencanakan

sesuai dengan kebutuhannya

* Kembangkan strategi teknologi rantai suplai
* Buat jaringan logistik
* Pembedaan produk mendekati kebutuhan pelanggan
* Siapkan sumber secara strategik
* Adopsi pengukuran saluran – rentang performa

16

O Tingkat kepentingan dari empat aspirasi pasar tidak sama untuk

tiap produk dan tiap segmen pasar.

O Produk dibuat untuk mencerminkan aspirasi pasar yang berbeda. Produk sendiri (Marshal Fisher) dibagi menjadi dua kategori yaitu produk fungsional dan produk inovatif.

O Produk Fungsional adalah dengan konfigurasi standar dan siklus hidup panjang, sedangkan produk inovatif memiliki banyak variasi dan tiap produk hanya akan bertahan sebentar di pasar dan akan digantikan oleh variasi yang lain.

**Perbedaan Karakteristik Produk Fungsional dan Inovatif**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Aspek** | **Fungsional** | **Inovatif** |
| Siklus hidup | Panjang, bisa lebih dari 2 tahun | Pendek, antara 3 bulan s/d 1 tahun |
| Variasi per Kategori | Sedikit | Banyak |
| Volume per SKU | Tinggi | Rendah |
| Peramalan permintaan | Relatif mudah, akurasi tinggi | Sangat sulit, kesalahan ramalan tinggi |
| Tingkat kekurangan produk(stockout rate) | Hanya 1-2% | Bisa 10-40% |
| Kelebihan persediaan di akhir musim jual | Jarang karena musim jual sangat panjang | Sering terjadi |
| Biaya penurunan harga jual (markdown) | Mendekati 0% | 10-25% |
| Margin keuntungan per unit yang terjual dengan harga normal | Rendah | Tinggi |

# Strategi Supply Chain : Effisiensi atau Responsif

O Karakteristik yang berbeda antara produk fungsional dan inovatif menyebabkan keduanya membutuhkan strategi supply chain yang berbeda. Untuk produk fungsional berfokus pada upaya utk meminimumkan ongkos- ongkos fisik sepanjang supply chain.

O Sebaliknya, pendekatan untuk menciptakan efisiensi tidak akan cocok untuk produk-produk inovatif.

O Produk inovatif lebih kea rah responsive, dimana bisa berarti melakukan riset pasar dengan lebih baik sehingga bisa menangkap apa yang diinginkan, meningkatkan kemampuan inovasi sehingga bisa memunculkan produk-produk baru yang memang disukai pelanggan.

O Menciptakan kesesuaian antara karakteristik produk (atau pasar)

dengan strategi supply chain akan menyebabkan supply chain bertahan

atau unggul di pasaran. Kesesuaian tsb atau juga disebut strategic fit.

O Dimana sebenarnya area strategic fit sendiri ada di tengah-tengah untuk menunjukkan bahwa tidak semua produk ada pada kategori murni fungsional atau inovatif.

O Strategi Suply Chain harus tercermin pada kebijakan atau keputusan taktis supply chain. Kebijakan dan keputusan mengenai di mana fasilitas lokasi akan didirikan, bagaimana cara mengatur dan mengendalikan system produksi, bagaimana kebijakan-kebijakan tentang persediaan dan transportasi, supplier yang bagaimana yang harus dipilih, dan kebijakan mengenai pengembangan produk harus sinergi dengan strategi supply chain

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  |  |  |  | Strategi | Supply Chain |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| LokasiFasilitas |  | Sistem Produksi |  |  | Persediaan | Transportasi |  |  | Pasokan |  | Pengembangan produk |



|  |  |
| --- | --- |
|   | Kesesuaian Antara Strategi SupplyChain dengan Kebijakan Taktis |
| Keputusan taktis | Effisien | Responsif |
| Lokasi Fasilitas | Tempatkan pabrik di daerah yang ongkos tenaga kerjanya murah | Cari lokasi yang dekat pasar, punya akses tenaga trampil dan teknologi yang memadai |
| Sistem Produksi | Tingkat utilitas sistem produksi harus Tinggi | Sistem produksi harus fleksibel dan ada kapasitas ekstra |
| Persediaan | Perlu upaya meminimalisasi tingkat Persediaan | Diperlukan persediaan pengaman yang cukup di lokasi yang tepat |
| Transportasi | Pengiriman di subkontakkan ke pihak Ketiga | Diperlukan transportasi cepat |
| Pasokan | Pilih supplier dengan harga dan kualitassebagai kriteria utama | Pilih supplier berdasarkan kecepatan, fleksibilitas, dan kualitas |
| Pengembangan Produk | Fokus ke minimalisasi | Gunakan modular design dan tunda differensiasi produk sebisa mungkin |

# Decoupling Point pada Supply Chain

O Pengertian DP

Keputusan di mana aktivitas produksi bisa dilakukan tanpa menunggu permintaan definitive dari pelanggan merupakan keputusan yang sangat penting bagi suatu supply chain dan akan secara langsung berpengaruh terhadap kemampuannya untuk menciptakan efisiensi fisik maupun kecepatannya untuk merespon pasar.

O Produk-produk yang relative standar seperti kertas, pensil, bisa dibuat oleh pabrik hanya dengan berdasarkan ramalan.

O Produk-produk fungsional seperti ini bisa disimpan untuk dijual pada bulan berikutnya.

O Sebaliknya produksi seperti pesawat terbang, kapal, harus menunggu pesanan dari pelanggan karena kebutuhan dan permintaan sangat sulit untuk diramalkan.

# Pengertian DP

O Walaupun demikian, tidak berarti suatu pesawat atau kapal baru akan mulai dibuat dari nol begitu ada permintaan dari pelanggan.

O Banyak komponen dan modul-modul yang sudah bisa dibuat terlebih dahulu biasanya adalah komponen standar yang tetap akan dibutuhkan tanpa tergantung pada jenis pesawat atau kapal yang dibuat.

O Titik temu sampai dimana suatu kegiatan bisa dilakukan atas dasar ramalan dan dari mana kegiatan harus ditunda sampai ada permintaan yang pasti dinamakan Decoupling Point (DP) atau istilah lain Order Penetration Point (OPP).

O Biasanya proses produksi secara umum diklasifikasikan menjadi empat bagian utama yaitu perancangan produk, fabrikasi komponen, perakitan menj produk akhir, dan pengiriman.

O DP/OPP bisa diposisikan di salah satu dari empat proses

umum tersebut.

O Dalam penggunaannya di empat bagian utama tersebut dikenal system produksi berikut Make To Stock (MTS), Assembly To Order (ATO), Make To Order (MTO), dan Engineer To Order (ETO).



O Posisi DP/OPP bisa diubah maju/mundur pada suatu supply chain tergantung pada arah strategi yang ditetapkan.

O Menggeser DP ke arah hulu akan bisa menciptakan produk- produk dengan variasi yang lebih fundamental, mengurangi ketergantungan terhadap ramalan permintaan, mengurangi persediaan barang setengah jadi, dan mengurangi ke usangan persediaan.

O Sebaliknya mengubah posisi maju (ke hilir) berarti memperbanyak proses-proses standar dalam supply chain dan membatasi proses spesifik (customized) hanya pada langkah-langkah terakhir.

O Hal ini bisa meningkatkan effisiensi dan mengurangi waktu tunggu

pelanggan untuk mendapatkan produk.

O Strategi yang terkait dalam penggeseran DP/OPP adalah postponement.

O Postponement pada dasarnya menunda differesiansi

produk sampai ada pesanan dari pelanggan.

O Strategi ini sangat penting terutama untuk menangani produk- produk inovatif dimana bisa mengurangi suatu produk menumpuk menjadi berlebih maupun resiko kekurangan pada produk jenis lain.

# Mengelola DP/OPP yang Berbeda pada Suatu Supply Chain

O Banyak perusahaan yang memproduksi produk dengan focus operasi yang berbeda-beda.

O Pada situasi seperti ini, kegiatan supply chain akan

memiliki focus yang berbeda.

O Manager supply chain harus bisa membedakan bagaimana mengelola masing-masing system produksi tersebut dan ukuran kinerja apa yang perlu diukur dan dimonitor.

### Pengukuran unjuk kerja Strategi

###### Aliran Dana

* Aliran dana adalah jumlah uang yang bergerak selama sebuah strategi direncakan hingga strategi tersebut dijalankan.
* Penghematan
* Penghematan berkaitan dengan perubahan pada seluruh biaya relevan yang berkaitan dengan strategi yang diterapkan
* Tingkat Pengembalian Investasi (ROI)
* ROI adalah rasio penghematan tahunan akibat strategi yang dijalankan terhadap biaya investasi yang dikeluarkan untuk strategi tersebut.

30

O Strategi Supply Chain bisa didefinisikan 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. Strategi ini sangat penting untuk menciptakan daya saing di pasaran

O Erat kaitannya dengan strategi supply chain adalah tujuan strategis yang harus dicapai. Tujuan strategis ini harus mempertemukan aspirasi pelanggan dan kemampuan supply chain. Dari sisi pasar, tujuan strategis yang harus dicapai adalah menydiakan produk yang murah, berkualitas, tepat waktu, dan bervariasi. Tujuan strategis tersebut bisa diwujudkan kalau internal supply chain memiliki kemampuan untuk menciptakan efisiensi, kualitas, kecepatan, fleksibilitas, dan kemampuan berinovasi

O Untuk menciptakan strategi yang tepat, supply chain harus memahami karateristik produk dan pasar yang baik. Ada dua klasifikasi umum karakteristik produk pada supply chain yaitu produk fungsional dan produk inovatif

O Strategi supply chain untuk kedua produk tersebut tidak sama.

Produk fungsional lebih tepat didukung oleh strategi efisiensi fisik, sedangkan produk inovatif didukung oleh supply chain yang responsive terhadap kebutuhan pasar

O Strategi supply chain harus didukung oleh kebijakan atau keputusan taktis yang terkait. Keputusan atau kebijakan itu meliputi lokasi fasilitas, system produksi, persediaan, transportasi, pasokan dan pengembangan produk

O Erat kaitannya dengan strategi supply chain adalah penempatan

decoupling point. DP adalah titik temu antara kegiatan yang disetir oleh permintaan pelanggan dan kegiatan yang dilakukan atas dasar ramalan. Fokus supply chain di sebelah hulu dan sebelah hilir tidaklah sama. Efisiensi fisik lebih tepat untuk kegiatan di hulu, sedangkan fleksibilitas, inovasi dan kecepatan respon penting pada kegiatan-kegiatan sebelah hilir

O Menggeser posisi DP ke hilir dan hulu perlu dilakukan untuk menyesuaikan supply chain dengan perubahan karakteristik pasar. Perubahan ini akan berpengaruh pada kecepatan respon maupun efisiensi fisik disepanjang supply chain

O Klasifikasi system produksi atau supply chain berdasarkan make to stock, assembly to order, make to order, dan engineer to order dibuat berdasarkan