

SCM

- Cara untuk mencapai keberhasilan secara menyeluruh kepada perusahaan, berupa produk berkualitas dan peningkatan pendapatan, daya saing, kecepatan, ketepatan proses dan layanan
- ✓ Pelaksanaan kegiatan SCM melalui tindakan efisiensi, mampu mengurangi lead time pengadaan, biaya, inventori dan kesalahan peramalan kebutuhan



✓ Merupakan jalan masuk untuk lebih fokus pada penanganan kebutuhan pelanggan, melalui tindakan efektivitas yang berawal dari kepentingan dan kebutuhan pelanggan

Konsentrasi DCM

- Produk yang dihasilkan popular dan up to date.
- Produk berkualitas.
- Produk bervariatif.
- Persediaan produk terjamin

- Pengiriman cepat, tepat waktu dan aman.
- Harga kompetitif berdasarkan kualitas.
- Pelayanan prima.
- *Responsif terhadap komplain pelanggan

Perbandingan SCM dan DCM



SCM vs DCM

Orientasi

- SCM melaksanakan tindakan efisiensi (daya guna) meliputi pengurangan biaya,inventori, lead time dan proses suplai.
- DCM melaksanakan tindakan efektivitas (hasil guna) berorientasi pada pasar yang bertujuan meningkatkakn pelayanan pelanggan (customer service), pangsa pasar (market share), penjualan (sales), produk baru (new product), layanan purna jual (after sales service) dan kepuasan pelanggan (customer satisfication).

Fokus

- SCM fokus pada engineering practices atas aliran produk dari produsen ke distributor dan arus informasi antar perusahaan serta mengurangibiaya operasional.
- DCM Fokus pada kebutuhan dan layanan pelanggan

SCM vs DCM

Push & Pull Sytem

- SCM Merupakan push system yang berusaha untuk menentukan kebutuhan pelanggan melalui peramalan yang akurat menuju efisiensi biaya dan kecepatan proses.
- DCM merupakan pull system yang bertolak dari kebutuhan pelanggan menuju efektivitas pelayanan).

Prinsip

- Prinsip SCM, pengelolaan proses pengadaan produksi, logistik dan distribusi, baik di dalam maupun di luar perusahaan.
- Prinsip DCM, pengelolaan komunikasi tentang pengetahuan dan informasi tentang konsumen dan pasar ke perusahaan mitra

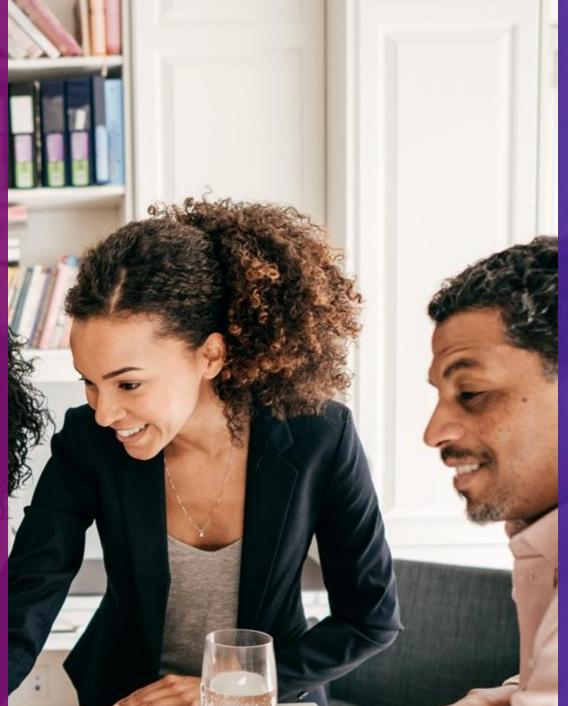
SCM vs DCM

Strategi

- ✓ SCM merupakan kolaborasi antara pemasok, produsen, logistik, distribusi dan pelanggan.
- ✓ DCM merupakan kombinasi antara manajemen pemasaran, pelanggan dan kebutuhan pelanggan

Kolaborasi SCM dan DCM





SCM & DCM

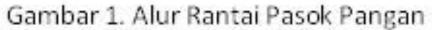
- ✓ DCM merupakan manajemen yang berkembang dari nilai kebutuhan pelanggan.
- ✓ DCM yang berorientasi pada efektivitas kebutuhan pelanggan merupakan pelengkap bagi SCM yang berorientasi pasa efesiensi proses produksi dan aliran barang.

SCM & DCM

- ✓ SCM dan DCM menyeimbangkan penerapan sistem push dan pull.
- ✓ Bersama meningkatkan profitabilitas perusahaan mitra.
- ✓ Bersama menciptakan hubungan seimbang antara semua perusahaan anggota jejaring.









lentang

lentang/



THANK YOU!

Arik Sofan Tohir, M.Kom