



Kampus  
Merdeka  
INDONESIA JAYA

UNTIRTA  
Jawara  
Jujur Adil Wibawa Amanah Religius Akuntabel

# STRATEGI SUPPLY CHAIN (SC) - 2



# Strategi SC

- Kumpulan berbagai keputusan dan aksi strategis yg dilakukan oleh suatu organisasi atau oleh beberapa organisasi secara bersama-sama (mencapai tujuan jangka panjang)
  - Penambahan Pabrik Baru
  - Penambahan Kapasitas Produksi, dll.
- Suatu strategi hrs mampu menerjemahkan kebutuhan pasar ke dlm keputusan-keputusan operasi & mampu mengeksplorasi *resource* utk memenuhi kebutuhan pasar tsb
- Kumpulan kegiatan dan aksi strategis di sepanjang *supply chain* yg menciptakan rekonsiliasi antara apa yg dibutuhkan pelanggan akhir dg kemampuan sumber daya yg ada pd *supply chain*

# Tujuan Strategis SC

## Menyediakan Produk:

- Murah •
- Berkualitas •
- Tepat Waktu •
- Bervariasi •

## Memilik Kemampuan:

- Beroperasi Efisien
- Menciptakan Kualitas
- Cepat
- Fleksibel
- Inovatif

Aspirasi Pelanggan vs Kemampuan  
Strategis SC



# Karakteristik Produk & Pasar

FISCHER (1997):

## FUNGSIONAL ●

Produk dg konfigurasi standar & siklus hidup panjang (sedikit variasi, permintaan relatif tidak berubah, mudah diramalkan (stock-out rate bisa ditekan)



## INOVATIF ●

Memiliki sifat kebalikan dari produk fungsional



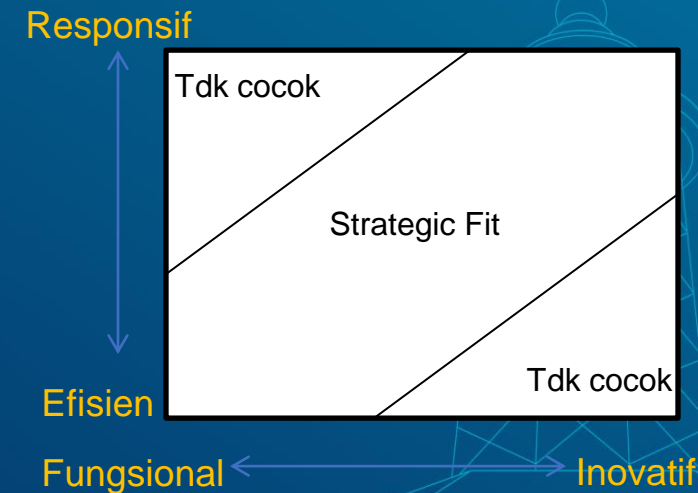
# Strategi SC; Efisiensi / Responsif

- **FUNGSIONAL**

Fokus upaya utk meminimumkan ongkas-ongkos fisik sepanjang SC (investasi besar utk meningkatkan inovasi & fleksibilitas tak akan banyak membantu produk bersaing di pasar)

- **INOVATIF**

Komponen ongkos-ongkos mediasi sangat besar, shg penurunan beberapa % mempengaruhi scr keseluruhan SC



STRATEGI FIT SC

# Strategi SC; Kebijakan Taktis

## • KOMPONEN

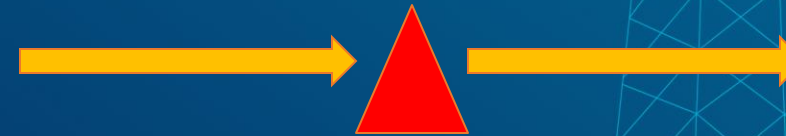
- Lokasi Fasilitas – Persediaan – Pasokan
- Sistem Produksi – Transportasi – Pengembangan Produk

Keputusan Taktis	Efisiensi	Responsif
Lokasi Fasilitas	Lokasi upah TK murah	Lokasi dekat pasar, punya akses TK trampil & teknologi memadai
Sistem Produksi	Tingkat utilitas sistem produksi tinggi	Sistem produksi fleksibel & ada kapasitas ekstra
Persediaan	Upaya minimasi tingkat persediaan	Persediaan pengaman yg cukup di lokasi yg tepat
Transportasi	Pengiriman TL/CL atau subkontakkan kepihak ketiga	Diperlukan transportasi cepat, bila perlu tetapkan kebijakan LTL/LCL
Pasokan	Pilih supplier dg harga & kualitas sbg kriteria utama	Pilih supplier berdsrkan kecepatan, fleksibelitas, & kualitas
Pengembangan Produk	Fokus minimasi ongkos	Gunakan modular desain, tunda diferensiasi produk



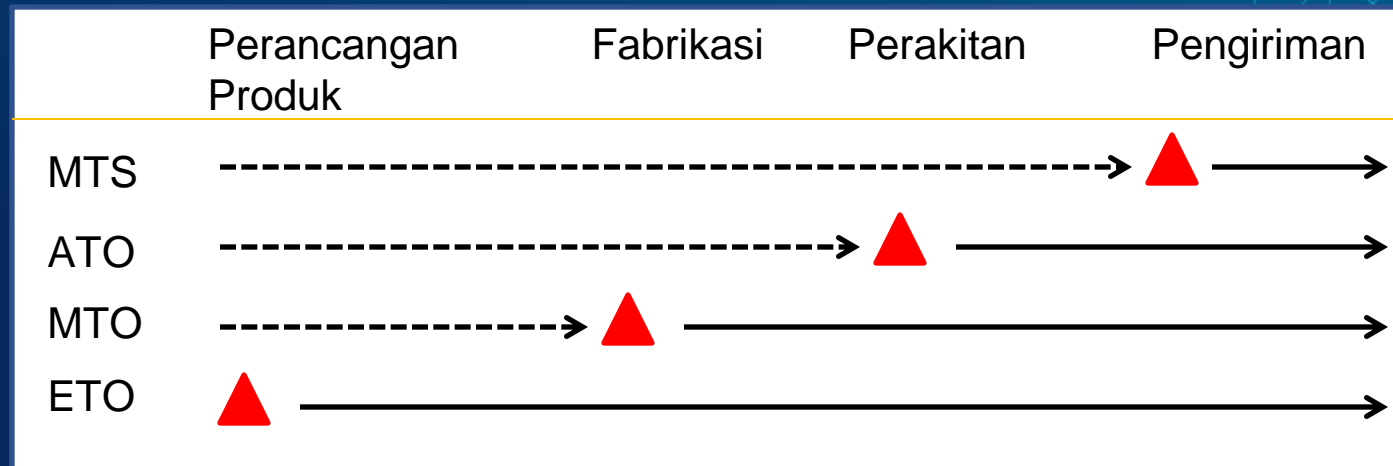
# Decoupling Point SC

- Titik temu sampai dmn suatu kegiatan bisa dilakukan atas dasar ramalan (tanpa menunggu permintaan pelanggan) & dari mana kegiatan harus ditunda sampai ada permintaan yg pasti
- Order Penetration point (OPP)
- **OPP / DP**



# Perbedaan Posisi DP pada SC

- Proses Umum Produksi
  - Make to Stock (MTS)
  - Assembly to Order (ATO)
  - Make to Order (MTO)
  - Engineer to Order (ETO)







# Rangkuman

- Kasus

Chiquita adl perusahaan yg menjual pisang di Amerika. Pd awalnya mrk menjual pisang yg belum matang ke grosir dan ritel besar yg memiliki alat pengeram. Kebijakan transportasi Chiquita pd saat itu adl mengirim pisang dg frekuensi pengiriman yg lebih jarang dan dalam lot yg besar utk menciptakan skala ekonomi pengiriman. Saat ini, bisnis Chiquita berubah seiring dg tuntutan pelanggan yg lebih tinggi. Pisang mrk dijual di tempat-tempat yg lebih banyak shg akses ke pasar lebih luas. Pisang yg dikirim pisang yg siap dimakan.

- *Analisa kasus ini antara strategi dan keputusan taktis SC!*



UNIVERSITAS  
SULTAN AGENG  
TIRTAYASA

**UNTIRTA**  
**Jawara**  
Jujur Adil Wibawa Amanah Religius Akuntabel



**TERIMA KASIH**  
**UNTIRTA JAWARA**



[untirta.ac.id](http://untirta.ac.id)

JUJUR ADIL WIBAWA AMANAH RELIGIUS AKUNTABEL