

Penerapan supply chain management melalui konsep perdagangan elektronik (E-Commerce) : studi kasus PT. Enseval Putera Megatrading

Febrina Rezfianti, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20452720&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

SCM merupakan pendekatan terpadu yang berorientasi pada proses untuk menyediakan, memproduksi, mengirim produk-produk serta jasa kepada konsumen.

Keterpaduan SCM meliputi seluruh proses manajemen material, informasi maupun aliran dana. Perkembangan teknologi informasi dan internet memberikan dampak yang luar biasa pada penerapan SCM di perusahaan. Berkat penerapan teknologi informasi secara terpadu seluruh mata rantai dapat menyelaraskan perencanaan dan operasinya. Dengan mata rantai yang tidak terputus antara bagian produksi, inventory, pemasaran hingga distribusi, jadwal yang ditentukan dapat ditekan dan biaya sediaan dapat ditekan.

Supply chain management pada dasarnya bertujuan untuk menciptakan suatu sinkronisasi dan koordinasi di antara aktivitas-aktivitas yang saling berkaitan di dalam suatu aliran material atau produk dalam satu organisasi ataupun antar organisasi. Semua bagian yang terlibat dalam Supply chain management harus dapat saling bekerja sama sehingga membentuk suatu cross functional team. Kurang baiknya kerjasama di dalam cross functional team, akan menyebabkan operasi yang tidak efisien

Beberapa faktor yang mendorong Penerapan supply chain management yakni:

1. Semakin sengitnya persaingan: Persaingan yang terjadi di dorong oleh berbagai sumber seperti kemajuan teknologi industri, meningkatnya globalisasi, perkembangan teknologi informasi yang relevan, dukungan dana yang memadai dan perancangan desain bisnis yang baik. Untuk dapat bertahan dalam persaingan maka perusahaan dituntut untuk dapat menciptakan model-model baru dalam pengelolaan aliran produk dan informasi menggeser pola pengelolaan bisnis secara tradisional.

2. Tuntutan konsumen: Konsumen menjadi semakin rumit dan terlalu banyak menuntut. Perusahaan tidak hanya dituntut untuk menghasilkan produk dengan biaya murah dan bermutu tinggi, tapi juga dengan pelayanan yang sangat profesional. Hal tersebut memaksa perusahaan untuk merombak paradigma dari yang berorientasi pada produk menuju paradigma yang berorientasi pada konsumen.

3. Daur hidup produk: Daur hidup produk sangat pendek seiring dengan perubahan-perubahan yang terjadi dalam lingkungan pasar. Hal seperti ini mengakibatkan bahwa

waktu yang diperlukan untuk mengembangkan model baru, memperkenalkan ke pasar dan mengembangkan pasaran sangatlah pendek. Oleh karena itu fast track system dalam pengembangan produksi, proses manufaktur dan logistik merupakan strategi kunci dalam memenangkan kompetisi

Teknologi internet memungkinkan perusahaan untuk membangun kolaborasi jaringan perdagangan (commerce network) yang aman, dinamik dan scalable di antara partner bisnis, dengan biaya yang lebih rendah. Dengan jaringan yang dibentuk tersebut perusahaan dapat melakukan kolaborasi dari tahap pendisainan produk sampai eksekusi pemesanan dengan rekan bisnis yang ditunjuk.

PT. Enseval Putera Megatrading, Tbk. (EPM) sebagai distributor produk farmasi terbesar di Indonesia terus berupaya untuk dapat memperbaiki pelayanan yang diberikan, terutama dalam menangani logistik dan penjualan dengan membuat proses ordering, selling dan delivering untuk pelanggan menjadi lebih efisien.

Dalam rangka mendukung aktivitas pendistribusian produk yang dimilikinya, EPM menerapkan Supply chain Management melalui perdagangan elektronik (E-Commerce). Penerapan e-commerce pada EPM dilakukan berdasarkan pertimbangan yaitu dengan e-commerce diharapkan dapat meningkatkan koordinasi dan pelayanan, meningkatkan kualitas interaksi dengan mitra perusahaan selain itu perdagangan elektronik dilakukan untuk mendukung kompetisi yang semakin ketat di industri serta diharapkan dapat menurunkan biaya.

Dalam hubungannya dengan pengecer EPM memiliki beberapa model pemesanan produk ke EPM yakni TOIS, Sistem yang dirancang untuk membantu pelanggan dalam pemesanan dan dengan cepat dapat memperoleh informasi mengenai status pesanan mereka dan EPM Net Order (e-commerce system modelling). Sama seperti TOIS dalam hubungannya dengan prinsipal EPM menyediakan layanan TIPS.

Keuntungan yang dapat dicapai oleh EPM dengan menerapkan SCM adalah sebagai berikut:

? mengurangi inventory barang dengan sistem yang digunakan. Inventory merupakan bagian paling besar dari aset perusahaan yang dimiliki, yang berkisar antara 30%-40%, sedangkan biaya penyimpanan barang (inventory carrying cost) berkisar antara 20%-40% dari nilai barang yang disimpan

? Dapat menjamin kelancaran penyediaan barang, kelancaran barang yang perlu dijamin adalah mulai dari asal barang (pabrik pembuat), supplier, sampai kepada final customers.

? Dapat menjamin mutu, mutu barang jadi (finished product) ditentukan tidak hanya oleh proses produksi barang tersebut tetapi juga oleh mutu bahan mentahnya dan mutu keamanan dalam pengirimannya.

Dari analisa yang dilakukan maka dapat diberikan saran yang diharapkan bermanfaat bagi PT Enseval Putera Megatrading, Tbk. :

? Agar strategi perdagangan elektronik yang diterapkan pada PT Enseval Putera Megatrading, Tbk. tetap menjadi keunggulan bersaing perusahaan, kiranya perlu diperhatikan faktor-faktor sumber daya internalnya. Baik itu dari segi kualitas SDM, sarana dan prasarana, serta perlunya peningkatan kualitas pelayanan kepada pelanggan.

? Meningkatkan volume penjualan dengan tujuan dapat mencapai scope ekonomis dan tetap efisien. Cara-cara yang dapat dilakukan dengan: memperluas jaringan distribusi dengan membuka cabang di daerah, menambah jumlah prinsipal agar dapat memenuhi produk-produk yang diperlukan pelanggan

? Optimalisasi supply chain management memerlukan aliran informasi yang lancar, transparan dan akurat, dan memerlukan kepercayaan antar peserta pengadaan barang dan jasa. Optimalisasi tidak mungkin dicapai apabila dilakukan oleh pemasok yang terus menerus berbeda dan berganti, karena hal-hal yang diinginkan tersebut tidak mungkin akan terwujud secara optimal. EPM perlu menerapkan strategi partnering agar SCM pada perusahaan dapat lebih optimal.

? PT. Enseval Putera Megatrading, Tbk., yang menerapkan perdagangan elektronik sebaiknya menitikberatkan pada tiga aspek utama yaitu membangun kedekatan dengan pelanggan, membina hubungan dengan para pemasok dan perantara. Membangun kedekatan dengan pelanggan melalui informasi-informasi yang dikumpulkan dari pelanggan sehingga tercapai hasil yang maksimal.

? Infrastruktur antara first end network dan back end network harus seimbang sehingga customer expectation dari pengalaman melakukan perdagangan elektronik dapat dirinisialisasi dengan customer experience.

? Mendorong pemerintah untuk mewujudkan undang-undang telekomunikasi, media, dan teknologi informasi agar kepastian hukum transaksi online