

Jurnal Manajemen

PENGARUH BUDAYA ORGANISASI DAN PERSEPSI KARYAWAN TENTANG KEBIJAKAN KOMPENSASI TERHADAP KOMITMEN KARYAWAN

PEMERINGKATAN FAKTOR-FAKTOR YANG MENDUKUNG MAHASISWA DALAM MENGAMBIL KEPUTUSAN TERHADAP PEMILIHAN PEMINATAN

ANALISIS DAN PERANCANGAN STRATEGI *E-SUPPLY-CHAIN MANAGEMENT* PADA PT ANA

PENGARUH EFFORT, SUPPORT DAN ABILITY TERHADAP KINERJA KARYAWAN

REGRESI LINIER SEDERHANA PADA PERSEPSI MAHASISWA TENTANG KOMPETENSI DOSEN TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA

THE TRANSFORMATIONAL LEADERSHIP IN EARLY 21st CENTURY

FAKTOR SUBBUDAYA TERHADAP SIKAP KONSUMEN DAN DAMPAKNYA KEPUTUSAN KREDIT DAN TUKAR TAMBAH MOTOR SEKEN

KOMUNIKASI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN JASA PENDIDIKAN JOHN CASABLANCAS MODELING AND CAREER CENTER



**Ikatan Sarjana Ekonomi Indonesia (I.S.E.I.) Cabang Jakarta
Komisariat Universitas Bina Nusantara**

Jurnal Manajemen

Volume 1, Nomor 1, Oktober 2009

DAFTAR ISI

Pengantar Penyunting

Daftar Isi

PENGARUH BUDAYA ORGANISASI DAN PERSEPSI KARYAWAN TENTANG KEBIJAKAN KOMPENSASI TERHADAP KOMITMEN KARYAWAN

Laksmi Sito Dwi Irianti, Andy, Ali Prayitno

1 - 12

PEMERINGKATAN FAKTOR-FAKTOR YANG MENDUKUNG MAHASISWA DALAM MENGAMBIL KEPUTUSAN TERHADAP PEMILIHAN PEMINATAN

Tjia Fie Tjoe, Anderes Gui, Haryadi Sarjono

13 - 25

ANALISIS DAN PERANCANGAN STRATEGI *E-SUPPLY CHAIN MANAGEMENT* PADA PT ANA

Idris Gautama So, Djoko Raditya Dian, Ishak Ismail

26 - 36

PENGARUH EFFORT, SUPPORT DAN ABILITY TERHADAP KINERJA KARYAWAN

Engkos Achmad Kuncoro, Acin, Effendi

37 - 48

REGRESI LINIER SEDERHANA PADA PERSEPSI MAHASISWA TENTANG KOMPETENSI DOSEN TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA

Idi Setyo Utomo

49 - 61

THE TRANSFORMATIONAL LEADERSHIP IN EARLY 21ST CENTURY

Menara Simanjuntak, Haryadi Sarjono

62 - 70

FAKTOR SUBBUDAYA TERHADAP SIKAP KONSUMEN DAN DAMPAKNYA PADA KEPUTUSAN KREDIT DAN TUKAR TAMBAH MOTOR SEKEN

Tinjung Desy Nursanti, Andreas

71 - 83

KOMUNIKASI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN JASA PENDIDIKAN JOHN CASABLANCAS *MODELING AND CAREER CENTER*

Hartiwi Prabowo, Ayu Saptarina

84 - 94

ANALISIS DAN PERANCANGAN STRATEGI *E-SUPPLY CHAIN MANAGEMENT* PADA PT ANA

Idris Gautama So
Djoko Raditya Dian

Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, BINUS University

Ishak Ismail

School of Management, Universiti Sains Malaysia, 11800 Pulau Penang, Malaysia

ABSTRACT

Business Emulation which progressively tighten claim company to always become better. The importance of improving excellence in competing realized full by PT. ANA. With applying e-supply chain management expected able to improve competitive advantage in business emulation. To develop this application, step taken is value network analysis, SWOT, Internal-External (IE) And Quantitative Strategic Planning Method (QSPM), which can identify company business process. Scheme and cooperation construction application intercompany with supplier using Object Oriented Analysis and Design concept (OOA&D). Result from analysis aim at development of e-supply chain management which can improve ability, and the intercompany goods current arrangement start from material requisition, ordering, delivery, acceptance, till goods retur. System builded also can improve company ability in fulfilling goods requirement and also fulfill information required accurately

Keywords

E-Supply Chain Management, upstream, downstream, system, e-procurement

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Persaingan dalam industri distributor makin ketat dewasa ini. Salah satu hal yang membuat perusahaan distributor bertahan adalah penyediaan produk yang tepat bagi konsumen di waktu yang tepat, dan dalam biaya yang ekonomis. Ketersediaan produk dan harga jual yang ekonomis hanya dapat terjadi jika ada koordinasi yang baik antara perusahaan retail dengan pihak-pihak dalam rantai suplainya. Koordinasi antara pihak-pihak dalam rantai suplai tidak hanya melibatkan koordinasi persediaan saja, tetapi juga informasi tentang pasar yang berguna bagi perencanaan perusahaan. Distributor buah merupakan salah satu industri yang harus menguasai dengan baik pengelolaan rantai suplainya. Kekurangan persediaan produk pada distributor akan berakibat kehilangan penjualan, sedangkan kelebihan tertentu akan berakibat menumpuknya produk dan meningkatnya biaya pemeliharaan persediaan. Selain itu, koordinasi dengan toko-toko cabang sebagai salah satu mata rantai suplai yang utama adalah vital, dimana kantor pusat dapat berbagi informasi dan mengumpulkan informasi mengenai masing-masing supplier agar pengelolaan suplai dan perencanaan penjualan produk dapat dilakukan dengan lebih baik.

Dengan metode tradisional pengelolaan rantai suplai tentu sulit dilakukan, dimana koordinasi berjalan lambat dan memakan banyak usaha. Penggunaan teknologi informasi untuk mempercepat penyampaian informasi menjadi salah satu alasan penggunaan meluas dari *e-Supply Chain Management*, *Supply Chain Management* yang didasarkan pada penggunaan media elektronik, terutama web dalam penerapannya.

PT. ANA merupakan perusahaan yang bergerak dalam industri distribusi buah ke mancanegara. Saat ini PT. ANA mempunyai banyak pelanggan tetap di negara-negara Timur Tengah seperti di Saudi Arabia, Uni Emirat Arab, Oman, dan Jordania. Perusahaan juga bekerjasama dengan perusahaan partner untuk memasarkan produknya. Pengelolaan rantai suplainya masih menggunakan metode tradisional dimana koordinasi permintaan barang,

informasi balik persediaan yang tersisa dari tiap pemasok atau mitra perusahaan masih berupa dokumen-dokumen tertulis ataupun bon, yang mengakibatkan lambatnya penanganan pengiriman kembali antara kantor pusat PT. ANA dengan beberapa pemasok besar mereka, karena metode tradisional tersebut pula terjadi kekurangefektifan pengelolaan suplai untuk menangani kondisi dan peluang penjualan spesifik dari tiap pemasok. Dengan banyaknya pemasok yang sebgaiian besar tersebar di pulau Jawa, dirasakan perlu untuk menerapkan strategi *Supply Chain Management* yang baik di jaringan *Supply Chain* PT. ANA. Dalam penelitian ini perumusan masalah yang akan diangkat adalah:

- a. Strategi *Supply Chain Management* apakah yang cocok untuk diterapkan pada situasi PT. ANA?
- b. Sarana apakah yang perlu dikembangkan untuk mendukung strategi yang telah dirumuskan?

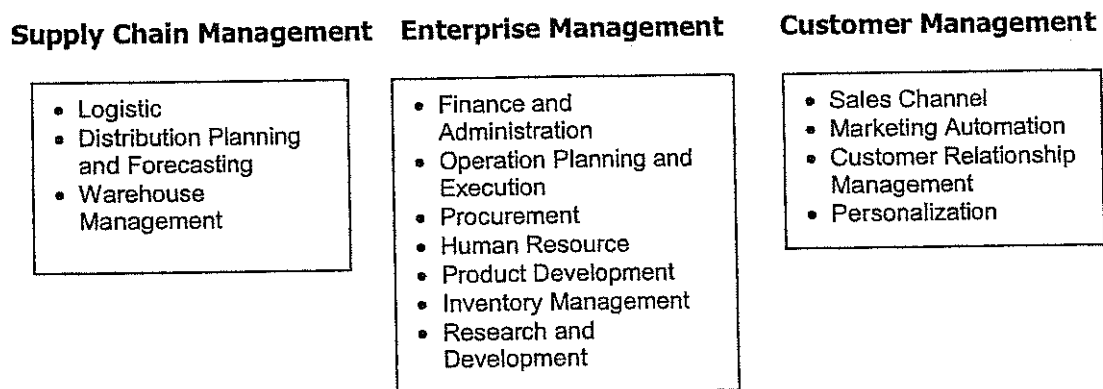
Tujuan Penelitian

- a. Menganalisa strategi yang sesuai untuk diterapkan pada permasalahan yang dihadapi oleh PT. ANA saat ini, juga untuk mendukung operasi Perusahaan di masa mendatang.
- b. Membuat sarana yang mendukung penerapan strategi *Supply Chain Management* yang telah dirumuskan.

TELAAH PUSTAKA

Pengertian *Supply Chain Management*

Menurut Chopra dan Meindl (2004, p6), *Supply Chain Management* dipandang sebagai manajemen dari semua aliran-aliran dari informasi, produk, atau keunagan yang menghasilkan biaya-biaya di dalam rantai suplai.



Sumber : Chaudhury, 2002, p30

Gambar 1. Pengelompokan Aktivitas *e-Business*

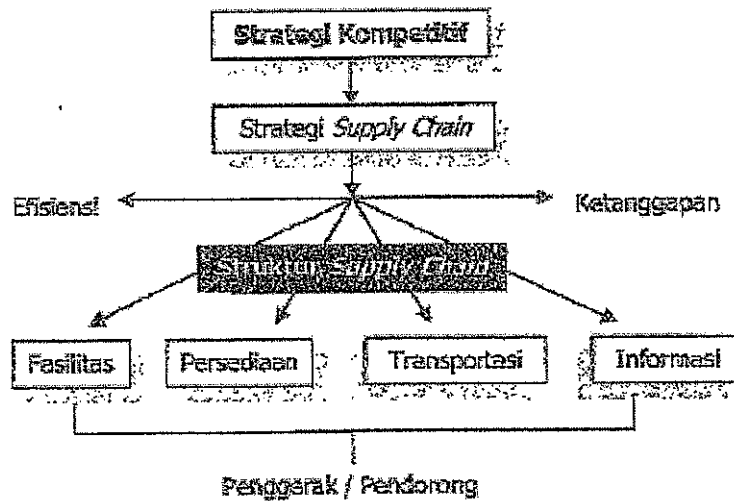
Proses Makro *Supply Chain Management*

Menurut Chopra dan Meindl (2004, p17), semua proses *Supply Chain Management* dalam sebuah organisasi dapat diklasifikasikan ke dalam tiga proses makro berikut.

- *CRM (Customer Relationship Management)*
Proses makro ini terdiri atas semua proses yang memusatkan untuk membangun penghubung antara organisasi dengan konsumen-konsumennya. Proses makro CRM bertujuan untuk mengelola pesanan pelanggan dan memfasilitasi pemesanan dan pelacakan pesanan.
- *ISCM (Internal Supply Chain Management)*
Proses makro ISCM terdiri atas semua proses-proses internal perusahaan yang bertujuan untuk memenuhi pesanan yang dihasilkan oleh proses CRM dalam waktu yang tepat dan biaya serendah mungkin.
- *SRM (Supplier Relationship Management)*

Proses makro jenis ini memusatkan pada penghubung antara organisasi dengan pemasok-pemasoknya. Proses makro SRM mempunyai tujuan untuk menegatur dan mengelola sumber-sumber pasokan untuk bermacam-macam barang dan layanan.

Analisa Strategi Supply Chain



Sumber : Chopra dan Meindl (2004, p53)

Gambar 2. Rerangka-Kerja Pengambilan Keputusan Supply Chain

Penggerak Supply Chain Management

Chopra dan Meindl (2004, p51) mengemukakan bahwa terdapat empat pendorong utama yang menentukan kinerja dari supply chain manapun, yaitu: fasilitas, persediaan, transportasi, dan informasi.

Fasilitas

Menurut Chopra dan Meindl (2004, p52), fasilitas adalah tempat-tempat di dalam jaringan *supply chain* dimana produk disimpan, dirakit ataupun dipabrikan. Dua macam tipe dari fasilitas adalah tempat produksi dan tempat penyimpanan. Komponen-komponen dari keputusan fasilitas yang harus dianalisa menurut Chopra dan Meindl (2004, p55-p56), adalah sebagai berikut :

1. Lokasi.
2. Kapasitas.
3. Metodologi Operasi.
4. Metodologi Pergudangan, beberapa metodologi pergudangan yang dapat dipilih antara lain
 - A. SKU (Stock Keeping Unit), menyimpan bersama-sama satu jenis produk tertentu
 - B. Job Lot Storage, menyimpan bersama-sama bermacam-macam produk yang diperlukan untuk memuaskan konsumen tertentu.
 - C. Cross-Docking, sebuah metode dimana produk tidak disimpan di fasilitas, tetapi diantarkan oleh masing-masing pemasok produk ke fasilitas ketika dibutuhkan, kemudian dipecah-pecah dan dikombinasikan untuk dikirim ke toko-toko cabang.

Persediaan

Chopra dan Meindl (2004, p52) mendefinisikan persediaan, sebagai semua bahan baku, barang dalam proses, dan barang jadi di dalam sebuah *supply chain*. Menurut Chopra dan Meindl (2004, p57-59), untuk menghasilkan *supply chain* yang responsif dan efisien terdapat beberapa keputusan utama yang dibuat, yakni :

1. Persediaan Siklus (*Cycle Inventory*)
2. Persediaan Pengaman (*Safety Inventory*)

3. Persediaan musiman (*Seasonal Inventory*)
4. *Sourcing* adalah sekumpulan proses-proses bisnis yang dibutuhkan untuk membeli barang-barang dan jasa. Manajer harus memutuskan tugas-tugas yang akan di-*outsorce* dan yang akan dilakukan sendiri oleh perusahaan.

Transportasi

Chopra dan Meindl (2004, p52) menyatakan bahwa transportasi bertanggung jawab memindahkan persediaan dari satu titik ke titik lain di *supply chain*. Transportasi dapat berbentuk banyak kombinasi dari mode dan rute, masing-masing dengan karakteristik-karakteristik kinerjanya sendiri. Menurut Chopra dan Meindl (2004, p60-61) terdapat beberapa hal yang harus diputuskan sehubungan dengan transportasi, yaitu :

- Jenis Transportasi. Memilih jenis transportasi yang tepat – udara, truk, kereta api, kapal, pipa, elektronik (terbaru) – dengan mempertimbangkan kecepatan, ukuran pengiriman, dan biaya pengiriman.
- Pemilihan Rute dan Jaringan. Memilih rute pengiriman dan lokasi-lokasi penyimpanan sementara yang akan dilewati.
- *Inhouse* atau *Outsource*. Memilih memiliki dan membangun sendiri armada transportasi atau menggunakan layanan jasa perusahaan transportasi.

Informasi

Komponen-komponen dari informasi yang harus dianalisa oleh perusahaan menurut Chopra dan Meindl (2004, p62-64) dijelaskan sebagai berikut :

- *Push versus Pull*, menentukan tipe sistem yang dilayani oleh informasi apakah jenis Tarik atau Dorong, Sistem Dorong (*Push*) umumnya memerlukan informasi dalam bentuk dari sistem MRP (*Material Requirement Planning*) untuk membawa jadwal produksi dan mengirimkannya kembali, menciptakan jadwal-jadwal untuk pemasok-pemasok dengan jenis, kuantitas, dan tanggal pengiriman dari bagian tertentu. Sistem Tarik (*Pull*) memerlukan informasi tentang permintaan aktual untuk ditransmisikan dengan sangat cepat di sepanjang rantai sehingga produksi dan distribusi dari bagian-bagian dan produk-produk dapat secara akurat mewakili permintaan aktual.
- Peramalan dan Perencanaan Agregat.
- Manajemen Harga dan Pendapatan.
- Teknologi Penunjang. Memutuskan memakai teknologi apa dan bagaimana mengintegrasikan teknologi tersebut ke dalam perusahaan dan mitra-mitra bisnis perusahaan. Beberapa teknologi yang patut dipertimbangkan antara lain : EDI (*Electronic Data Interchange*), *Internet*, ERP (*Enterprise Resource Planning*), dan *software SCM*.

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam proses penulisan skripsi ini adalah studi kasus yang dilakukan dengan mempelajari kasus yang terjadi pada perusahaan di lapangan secara langsung, mengamati dan melakukan wawancara kepada pihak-pihak yang terkait.

Metode Penelitian

Metode penelitian yang dilakukan adalah metode deskriptif yakni dengan cara melakukan penelitian studi kasus pada objek penelitian, kemudian melaporkannya dalam bentuk laporan deskriptif yang menggambarkan hasil penelitian berupa analisis dan perancangan strategi penerapan manajemen rantai suplai yang sesuai dengan obyek yang diteliti. Adapun metodologi penelitian deskriptif tersebut terdiri dari:

- a. Pengumpulan Data

Data yang dibutuhkan diperoleh dengan melakukan kegiatan berikut:

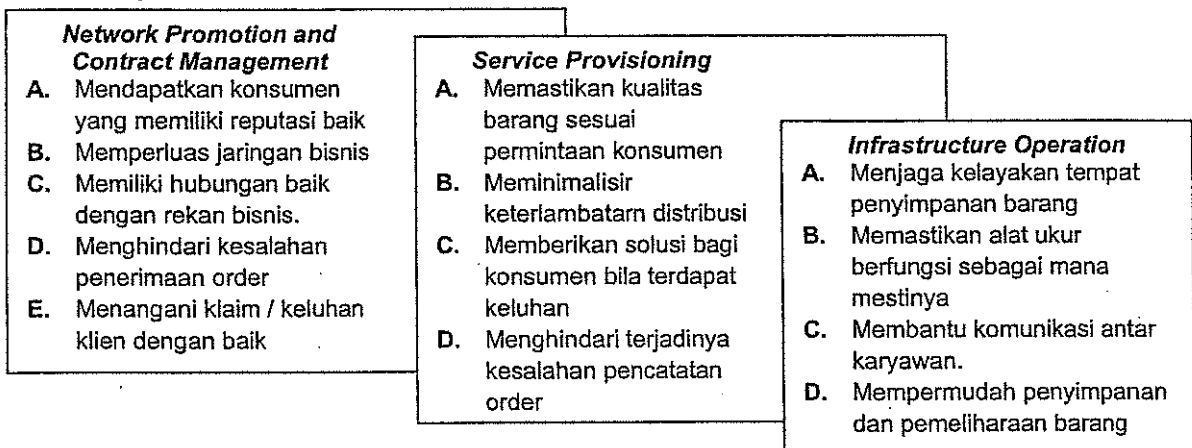
- Observasi Lapangan
 - Studi Pustaka.
- b. Analisis dan Perancangan kekuatan internal dan eksternal perusahaan, serta analisis strategi untuk menganalisis permasalahan dan analisis strategi (solusi) yang kiranya tepat untuk diterapkan pada perusahaan. *Object Oriented Analysis and Design (OOAD)* digunakan dalam analisis dan perancangan sistem *e-SCM* yang akan digunakan untuk memenuhi kebutuhan informasi perusahaan

Core Process Value Network

Support Activities

<i>Firm Infrastructure</i>	: - Menjamin kelancaran proses bisnis perusahaan
<i>Human Resource Management</i>	: - Memperoleh tenaga kerja sesuai kualifikasi yang dibutuhkan perusahaan. - Meningkatkan pengetahuan dan keterampilan karyawan.
<i>Technology Development</i>	: - Memberi kemudahan bagi end-user dalam pengoperasian teknologi informasi
<i>Procurement</i>	: - Pengecekan peralatan packing - Perawatan gudang penyimpanan

Primary Activities



Sumber : Hasil Pengolahan Penulis (2009)

Gambar 3. Core Process PT ANA.

Matrix SWOT

Tabel 1. Matriks SWOT

IFE	KEKUATAN (STRENGTHS - S)	KELEMAHAN (WEAKNESSES - W)
EFE	<ol style="list-style-type: none"> 1. Adanya peningkatan penjualan sebesar 40% dalam kurun waktu dua tahun terakhir. 2. Produk yang sudah teruji kualitasnya. 3. Hubungan yang baik dengan rekan bisnis. 4. Tingkat kepuasan konsumen yang tinggi. 5. Penanganan klaim yang cepat sesuai dengan prosedur yang berlaku. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kurang gencarnya promosi dan pemasaran. 2. Arus informasi tidak lancar. 3. Resiko kehilangan data. 4. Kontrak dengan <i>supplier</i> lambat. 5. Kurangnya diversifikasi produk.

<p>PELIANG (OPPORTUNITIES – O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pasar di negara lain yang belum dimasuki 2. Pertumbuhan ekonomi yang baik di Saudi Arabia 3. Pola hidup <i>back to nature</i> yang dilakukan oleh konsumen 4. Berkembangnya produk-produk hasil olahan buah 5. Dibentuknya Fruit Export Development Centre 	<p>STRATEGI SO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Perbaiki jasa saat ini dengan kualitas layanan informasi hingga pendistribusian barang melalui pembangunan dan pengembangan aplikasi e-SCM / e-Procurement (S3, S5, O5) 2. Memperluas jaringan bisnis, baik di dalam maupun di luar negeri (S3, S4, O1, O2) 3. Membangun sistem informasi yang terintegrasi dengan rekan bisnis (S3, S4, O5) 4. Memperluas pasar ke negara-negara Timur Tengah lainnya dan ke Cina (S1, S2, S3, O1, O3, O4) 	<p>STRATEGI WO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan promosi dengan gencar melalui media massa maupun rekanan bisnis (W1, O1) 2. Membangun sistem aplikasi yang terintegrasi sehingga perusahaan mampu mengelola informasi dengan baik (W2, W4, O5) 3. Beralih ke proses kerja yang terkomputerisasi untuk menghemat waktu dan biaya (W2, W3, O5) 4. Melakukan inovasi produk (W5, O3, O4)
<p>ANCAMAN (THREATS – T)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Buah asam kranji yang semakin langka di Indonesia 2. Perubahan musim/cuaca yang tidak menentu di Indonesia 3. Banyaknya ekspor di musim 4. Era perdagangan bebas 5. Keterlambatan barang akibat kesulitan pencocokan jadwal pengiriman dengan sarana transportasi yang digunakan 	<p>STRATEGI ST</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memberikan diskon/harga promosi kepada konsumen (S1, S2, S4, T3) 2. Memanfaatkan <i>corporate image</i> yang baik untuk memperluas pasar (S3, T3, T4) 3. Membangun sistem informasi yang memudahkan pengiriman barang ke konsumen (S3, S5, T5) 	<p>STRATEGI WT</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mencari produk unggulan lain untuk dapat berkompetisi dengan para pesaing (W5, T1, T3, T4) 2. Memberikan harga promosi pada masa-masa tertentu (W1, T4)

Sumber : Hasil Pengolahan Penulis (2009)

Matriks Internal – Eksternal.

Matriks IE ini dibuat berdasarkan total rata-rata tertimbang IFE pada sumbu *x* dan total rata-rata tertimbang EFE pada sumbu *y*.

Tabel 2. Matriks Internal – Eksternal (IE)

		TOTAL RATA-RATA TERTIMBANG IFE			
		Kuat 3,0 – 4,0	Rata-rata 2,0 – 2,99	Lemah 1,0 – 1,99	
TOTAL RATA-RATA TERTIMBANG EFE	Tinggi 3,0 – 4,0	I	II	III	4,0
	Menengah 2,0 – 2,99	IV	V	VI	3,0
	Rendah 1,0 – 1,99	VII	VIII	IX	2,0
					1,0

Sumber : Hasil Pengolahan Penulis (2009)

RANCANGAN SISTEM YANG DIUSULKAN

Pemetaan Fitur

Dengan adanya analisa kebutuhan sistem, diharapkan fitur yang dibangun dapat menjadi solusi yang tepat guna dalam mengahapi masalah yang ada. Penyelarasan aktivitas, permasalahan, dan fitur solusi pada PT. A NA. akan digambarkan pada tabel 3.

Tabel 3. Tabel penyelarasan aktivitas, permasalahan dan fitur solusi

Aktivitas	Masalah	Solusi	Manfaat
Pemesanan barang ke pemasok	<ol style="list-style-type: none"> 1. Informasi ketersediaan barang dari pemasok yang memakan waktu. 2. Biaya komunikasi yang tinggi. 	Pemesanan kepada pemasok : Informasi persediaan pemasok Pengajuan pemesanan Pemesanan barang	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memudahkan penyediaan informasi bagi konsumen. 2. Mempersingkat waktu pemesanan dan menghemat biaya
Penerimaan barang dari pemasok	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengecekan informasi pengiriman dan penerimaan yang memakan waktu. 	Penerimaan produk pemasok : Informasi penerimaan barang Informasi pengembalian barang	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memudahkan penyediaan informasi mengenai pengiriman dan penerimaan barang 2. Mempermudah kontrol kualitas barang
Retur pemasok	<ol style="list-style-type: none"> 1. Biaya komunikasi yang tinggi 2. Proses pengembalian barang yang memakan waktu. 	Retur <i>Supplier</i> : View Retur View pengajuan retur	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mempercepat proses pengajuan retur. 2. Penanganan retur yang lebih mudah 3. Mempermudah pemantauan kualitas barang dan pemasok.
Menangani keluhan konsumen	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pelayanan complain yang terbatas pada jumlah sarana komunikasi yang tersedia. 	Pengajuan <i>complain</i> Form keluhan konsumen Form solusi keluhan konsumen Form kritik dan saran	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memberikan sarana tambahan yang memudahkan konsumen dalam menyampaikan keluhan.
Pencarian pemasok yang berkualitas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Permintaan konsumen yang tidak terpenuhi akibat jumlah stok dan produksi yang terbatas 2. Tingginya biaya komunikasi 	<i>Offering</i> : Penawaran barang	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membantu proses menentukan pemasok yang berkualitas dalam memenuhi order konsumen.

Sumber : Hasil Pengolahan Penulis (2009)

Identifikasi Parameter Fitur

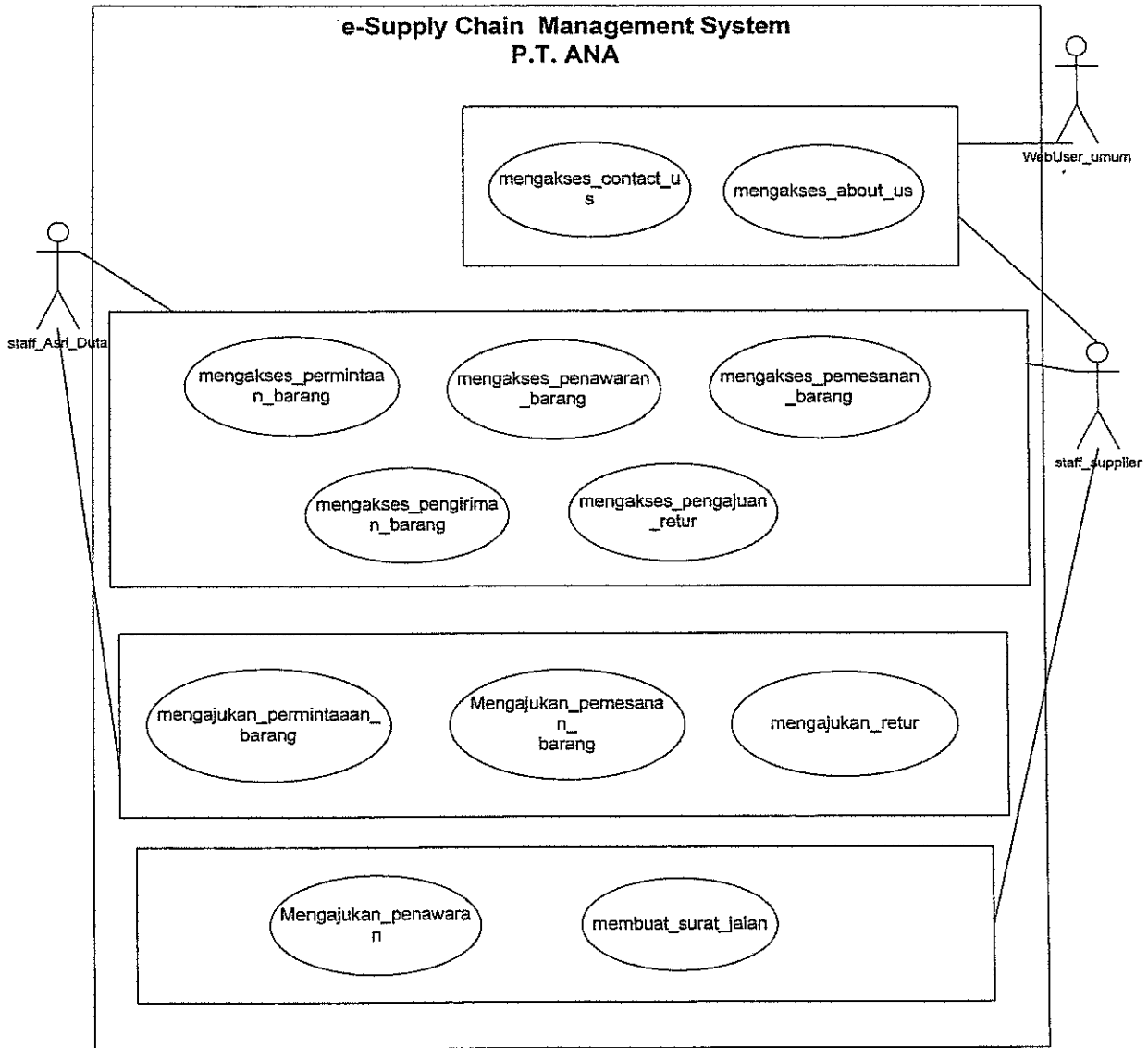
Tabel 4. Parameter Fitur e-SCM pada P.T. ANA.

Fitur	Sub Fitur	Data Connection	Parameter
Permintaan barang	Pengajuan permintaan barang	Master_barang, Master_supplier	Kode_permintaan Kode_barang
Penawaran pemasok	Pengajuan penawaran barang	Master_supplier, Master_barang, Tr_penawaran_barang	Kode_penawaran Nama_barang
	Penawaran Barang	Form pengajuan penawaran barang	Kode_Penawaran
Pemesanan barang kepada pemasok	Info stok <i>supplier</i>	Tr_persediaan <i>supplier</i> .	Kode Barang, Nama barang, Tanggal

	Pemesanan Barang	Tr_pemesanan_barang	Kode_pemesanan
Penerimaan barang dari pemasok	Informasi pengiriman barang	Tr_BPBB, Tr_pemesanan_barang, Tr_Surat_Jalan	Kode_Surat_Jalan, Kode_pemesanan_barang, Kode_BPBB
	Informasi penerimaan barang	Tr_pemesanan_barang, Tr_Surat_Jalan	Kode_pemesanan_barang, Kode_Surat_Jalan
Retur pemasok	Pengajuan Retur	Tr_pengajuan_retur Master_Supplier, Master_barang	Kode_Pengajuan_Retur
Pengajuan keluhan <kritik dan saran>	Form keluhan	Tr_complain_&_solution	Kode_complain

Sumber : Hasil Pengolahan Penulis (2009)

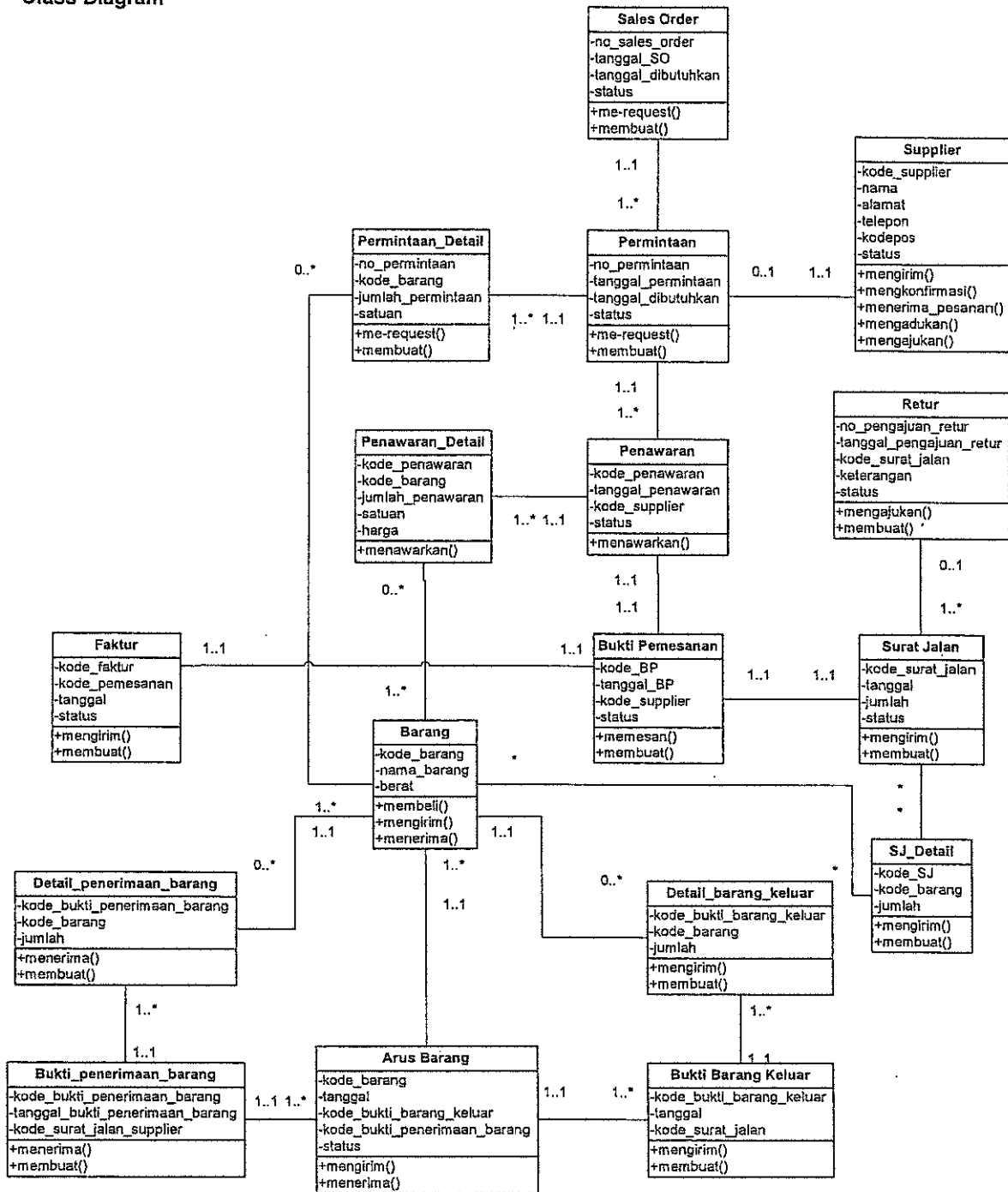
Use Case Diagram



Sumber : Hasil Pengolahan Penulis (2009)

Gambar 4. Use Case P.T. ANA

Class Diagram



Sumber : Hasil Pengolahan Penulis (2009)

Gambar 5. Class diagram P.T. ANA

Aktifitas yang Terkait dengan Pembangunan e-SCM di Perusahaan

Berbagai aktifitas yang tercakup dalam e-Supply Chain Management PT. ANA adalah :

1. Mengajukan permintaan barang kepada pemasok

Proses yang sedang berjalan : masih menggunakan cara dan proses lama.

Proses *e-SCM* : Pengajuan permintaan barang dilakukan di dalam aplikasi *e-supply chain management*. Di dalam aplikasi tersebut terdapat *form* yang digunakan untuk melakukan *request*, semua data yang berkaitan dengan permintaan barang berikut dengan detailnya disimpan di dalam *database*. Keuntungan *e-SCM* : setiap pemasok dapat mengetahui permintaan yang diajukan dengan mudah tanpa harus dihubungi oleh Perusahaan terlebih dahulu.

2. Menerima penawaran dari pemasok

Proses lama : Pemasok memberikan penawaran melalui telepon atau *fax* terkait dengan permintaan yang telah diajukan oleh PT. ANA. Informasi mengenai penawaran dari setiap pemasok tersebut dicatat secara manual .

Proses yang sedang berjalan : masih menggunakan cara dan proses lama.

Proses *e-SCM* : penawaran diajukan pemasok melalui form penawaran melalui aplikasi *e-supply chain management*. Penawaran tersebut langsung mengacu pada permintaan yang pernah diajukan Perusahaan. Data penawaran secara otomatis tersimpan dalam tabel penawaran di dalam *database*.

Keuntungan *e-SCM* : PT. ANA dapat mengakses informasi penawaran dengan lebih mudah. Penawaran dapat dilihat dari setiap permintaan yang pernah diajukan maupun dari semua penawaran yang pernah masuk dalam satu tabel.

3. Mengajukan pemesanan kepada pemasok

Proses lama : berbagai informasi penawaran yang telah dicatat akan dilihat kembali, setelah itu PT. ANA akan melakukan pemesanan ke pemasok melalui telepon atau *fax*.

Proses yang sedang berjalan : Perusahaan masih menggunakan cara dan proses lama, informasi mengenai pemesanan dicatat pada sebuah file di komputer.

Keuntungan *e-SCM* : penyampaian informasi pemesanan kepada pemasok lebih cepat. Pemasok dapat segera mengetahui penawaran mana yang diambil oleh PT. ANA. Bagi pemasok maupun bagi Perusahaan, penyimpanan informasi mengenai pemesanan barang akan lebih mudah karena langsung tersimpan di dalam *database*. Selain itu tentunya akan lebih menghemat biaya komunikasi.

4. Menyampaikan keluhan, kritik dan saran

Proses lama : penyampaian keluhan dilakukan melalui telepon atau *fax*. Keluhan tersebut dicatat secara manual, tidak tersedia *database* untuk menyimpan keluhan berikut sarannya.

Proses yang sedang berjalan : masih menggunakan cara dan proses lama.

Proses *e-SCM* : keluhan, kritik dan saran dapat dilakukan melalui form keluhan yang tersedia pada aplikasi *e-supply chain management* dan tersimpan secara otomatis di dalam *database*.

Keuntungan *e-SCM* : penyampaian keluhan maupun mengakses informasi tentang keluhan dapat diakses dengan lebih mudah.

PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan hasil dan pembangunan *e-SCM* pada P.T. ANA, maka didapat simpulan, antara lain:

1. PT. ANA merupakan perusahaan distributor yang memiliki proses bisnis dengan titik berat pada arus barang. Yang mana aktifitas tersebut meliputi : mengajukan permintaan barang kepada pemasok, menerima penawaran yang diajukan oleh pemasok, membuat pemesanan kepada pemasok, pengiriman barang, serta menangani retur.
2. Berdasarkan hasil analisis strategi menggunakan Matriks QSPM maka disimpulkan bahwa strategi pengembangan layanan merupakan strategi yang paling sesuai bagi perusahaan. Strategi pengembangan layanan tersebut diwujudkan dengan membangun sistem *e-SCM*.

3. Sistem *e-SCM* juga memberikan manfaat-manfaat lain seperti peningkatan *value* dari rantai nilai. Hal ini terlihat pada fitur sistem yang mendukung pengambilan keputusan dalam pemilihan penawaran, tentunya hal ini memberikan perusahaan sebuah keunggulan kompetitif.
4. Perancangan sistem *e-SCM* mendukung proses bisnis yang berkaitan dengan operasional *upstream* Perusahaan, dimana sistem tersebut diakses melalui *website* yang mencakup fitur permintaan barang, penawaran, pemesanan barang, pengiriman barang serta retur dan keluhan.

Saran

Adapun saran-saran agar sistem dapat berjalan sesuai dengan yang diharapkan dan bermanfaat bagi perusahaan di kemudian hari, antara lain :

1. Dukungan dari semua pihak pada tahap implementasi, meliputi : karyawan, manajemen PT. ANA, pihak pemasok, dan staf proyek yang mengimplementasikan sistem.
2. Dukungan dari semua pihak pada tahap implementasi, meliputi : karyawan, manajemen Perusahaan, pihak pemasok, dan staf proyek yang mengimplementasikan sistem.
3. Pembangunan sistem internal perusahaan yang terintegrasi secara keseluruhan
4. Adanya pengembangan *e-SCM* yang mengarah dari perusahaan ke konsumen (*downstream*).

DAFTAR PUSTAKA

- Allee, Verna. (2002). *A Value Network Approach for Modeling and Measuring Intangibles*. Diakses 28 September 2007 dari www.vernaallee.com/library%20articles/A%20ValueNetApproach%20white%20paper.pdf
- Bennett, Simon, McRobb, Steve dan Farmer, Ray. (2006). *Object-Oriented Systems Analysis and Design Using UML*. Third Edition. McGrawHill Inc, Singapura.
- Chopra, Sunil; Meindl, Peter. (2004). *Supply Chain Management: Strategy, Planning, and Operations*. 2nd edition. Prentice-Hall, New Jersey.
- David, Fred R. (2006). *Strategic Mangement: Manajemen Strategis Konsep*. Edisi 10. Salemba Empat, Jakarta.
- Indrajit, Richardus dan Richardus Djokopranoto. (2006). *Konsep Manajemen Supply Chain: Cara Baru Memandang Mata Rantai Penyediaan Barang*. Grasindo, Jakarta.
- Inmon, W.H. (2002). *Building the Data Warehouse*. 3rd Edition. John Wiley & Sons, Inc, Canada, USA.
- Laudon, Kenneth C. dan Laudon, Jane P. (2003). *Essentials of Management Information Systems*, fifth edition. Prentice-Hall, Inc., Upper Saddle River, New Jersey.
- Laudon, Kenneth C. dan Laudon, Jane P. (2005). *Management Information Systems : Managing The Digital Firm*. 8th edition. Prentice Hall, New Jersey.
- Mathiassen, L., Munk-Madsen, A., Nielsen, P. A., Stage, J. (2000). *Object-Oriented Analysis and Design*. First edition. Marco Publishing, Aalborg Denmark.
- McLeod Jr, Raymond dan Schell, George P. (2004). *Management Information Systems*, 9th Edition. Prentice Hall International, inc. New Jersey.
- Ramakrishnan, Raghu. (2003). *Database Management System*. Third Edition. McGraw-Hill, Singapore.
- Rangkuti, Freddy (2004). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Ross, David F. (2003). *E-Supply Chain Management: Enganging Technology to Build Market-Winning Business Partnerships*. St. Lucie Press, Florida.
- Simchi-Levi, David, Philip Kaminsky, Edith. (2003). *Designing and Managing The Supply Chain: Concepts, Strategies and Case Studies*. 2nd edition. McGraw-Hill, New York.
- Stabell, Charles B., dan Fjeldstad, Oystein D. (1998). *Configuring Value for Competitive Advantage : On Chains, Shops and Networks*. Strategic Management Journal Vol.19, pp 413-437. Harvard Business Review, John Wiley & Sons, Ltd.