

MANAJEMEN RANTAI PASOK PRODUKSI RAK PIRING ALUMINIUM DI DEPOK (STUDI KASUS PADA PD. SUMBER JAYA ALUMINIUM)

Lingga Yuliana

Program Studi Manajemen, STIE Media Nusantara Citra, Jakarta, Indonesia

lingga.yuliana@stiemnc.ac.id

Diterima 12 Oktober 2019, Disetujui 13 Februari 2020

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui alur produk, alur keuangan dan alur informasi pada manajemen rantai pasok rak piring yang berdasarkan rantai pasok yang sudah ada supaya perusahaan dapat memproduksi secara efektif dan efisien. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode kualitatif dengan menggunakan metode survei yaitu menjelaskan, menggambarkan dan menginterpretasikan suatu fenomena yang terjadi pada suatu objek dan data bersifat kualitatif dengan dukungan data-data kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan dengan menggabungkan tim perakitan bahan, pengacaan dan penyelesaian akhir dapat mempercepat produksi serta membatasi kerjasama dengan *independent marketing* dapat meringkas rantai pasok dan mencegah kerugian perusahaan.

Kata Kunci : Manajemen Rantai Pasok, Produksi, Aluminium, Efektif dan Efisien

Abstract

The purpose of this research is to find out the product flow, financial flow and information flow in the management of the supply chain plate rack based on the existing supply chain so that the company can produce effectively and efficiently. The research method used is a qualitative method using a survey method that is to explain, describe and interpret a phenomenon that occurs in an object and qualitative data with the support of quantitative data. The results showed the company combining assembly material team, glass assembly team and final completion teams could accelerate production and limit cooperation with independent marketing to summarize the supply chain and prevent company losses.

Keywords: Supply chain management, production, aluminium, effective and efficient

PENDAHULUAN

Aluminium menjadi bahan baku utama kebutuhan dapur yang menjadi favorit sampai saat ini. Selain harganya yang terjangkau, aluminium memiliki kualitas terbaik dengan daya pakai yang lama. Seiring kebutuhan pelanggan yang kian berkembang, banyak produk kebutuhan dapur yang menggunakan aluminium sebagai bahan baku, salah satunya rak piring. Rak piring aluminium menjadi primadona dalam penjualan produk mebel yang dicari pelanggan.

Perusahaan harus sigap dalam mempersiapkan permintaan pelanggan secara cepat tetapi memperhatikan mutu produk yang akan dijual ke pelanggan. Dalam penelitian ini, penulis akan meneliti perihal manajemen rantai pasok produk rak piring pada PD. Sumber Jaya Aluminium dengan fokus pada pemetaan alur produk untuk mengetahui bagian (step) mana yang dapat diminimalisir atau dihilangkan supaya produksi berjalan cepat dan memperhatikan sisi efektif serta efisiennya.

Persaingan bisnis tidak lagi berupa kompetisi harga dan produk. Perusahaan memiliki pengelolaan rantai pasok yang handal akan bertahan memenangkan persaingan di pasar (Sherlywati, 2017). Kualitas produk pun sangat bergantung pada proses, manusia, dan sistem secara keseluruhan. Pengendalian kualitas tidak lagi cukup hanya dilakukan dengan model inspeksi produk, tetapi lebih fundamental dengan melihat proses (Azmiyati dan Hidayat, 2016).

Salah satu aspek penting dalam rantai pasok adalah integrasi dan koordinasi dari semua aktivitas yang terjadi didalam rantai, suatu keputusan yang diambil akan berpengaruh langsung terhadap seluruh rantai pasok (Guritno dan Harsasi, 2017). Kecepatan suatu unit bisnis memproduksi tidak terlepas dari peran logistik. Secara umum penerapan konsep *Supply Chain Management* dalam perusahaan akan memberikan manfaat yaitu kepuasan pelanggan, meningkatkan pendapatan, menurunkan biaya, pemanfaatan aset yang semakin tinggi, peningkatan laba, dan perusahaan semakin besar (Asosiasi Logistik Indonesia, 2015). Menurut Herda dan Setyawan (2016) terdapat dua hal yang harus diperhatikan dalam penerapan rantai pasok, pertama *internal supply chain*, yaitu melihat bisnis prosesnya dan melihat hal yang dapat ditekan dari sisi teknologi dan mengacu pada efisiensi dalam kegiatan operasi perusahaan. Kedua *eksternal supply chain*, beberapa komponen yang dibutuhkan dipasok dari luar sehingga masing-masing supplier mempunyai mata rantai. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui alur produk, alur keuangan dan alur

informasi pada manajemen rantai pasok rak piring yang berdasarkan rantai pasok yang sudah ada supaya perusahaan dapat berproduksi secara efektif dan efisien.

KAJIAN TEORI

Manajemen Rantai Pasok

Manajemen Rantai Pasok (*Supply Chain Management*) menurut Assauri (2017) adalah pengintegrasian kegiatan - kegiatan membeli material dan jasa, mentransformasikannya menjadi barang-barang antara dan produk akhir serta mengirimkannya ke pelanggan. Manajemen rantai pasokan adalah suatu konsep atau mekanisme untuk meningkatkan produktivitas total perusahaan dalam rantai suplai melalui optimalisasi waktu, lokasi dan aliran kuantitas bahan (Pongoh, 2016). Manajemen Rantai Pasok (Wuwuh, 2013) adalah sebuah sistem yang melibatkan proses produksi, pengiriman, penyimpanan, distribusi dan penjualan produk dalam rangka memenuhi permintaan akan produk tersebut rantai pasokan didalamnya termasuk seluruh proses dan kegiatan yang terlibat didalam penyampaian produk tersebut sampai ke tangan pemakai konsumen.

Russel dan Taylor (2009) menyatakan bahwa aktivitas-aktivitas rantai pasokan ini meliputi kegiatan pembelian dan alih daya (*outsourcing*) dan fungsi lain untuk menghubungkan ke pemasok dan distributor. Rantai pasokan merupakan segala aktivitas yang terintegrasi termasuk didalamnya juga aliran informasi yang berkaitan dengan tiga aspek (Fuqon, 2013), yaitu:

1. Rantai pasokan hulu (*upstream supply chain*), meliputi berbagai aktivitas perusahaan dengan para penyalur, antara lain berupa pengadaan bahan baku dan bahan pendamping.
2. Rantai pasokan internal (*internal supply chain*), meliputi semua proses pemasukan barang ke gudang yang digunakan sampai pada proses produksi. Aktivitas utamanya antara lain produksi dan pengendalian persediaan.
3. Rantai pasokan hilir (*downstream supply chain*), meliputi semua aktivitas yang melibatkan pengiriman produk kepada pelanggan. Fokus utama kegiatannya adalah distribusi, pergudangan, transportasi dan pelayanan.

Menurut Leppe dan Karuntu (2019) mengemukakan komponen-komponen yang terdapat di dalam penerapan manajemen rantai pasokan, yaitu:

1. Rencana (*Plan*)
merupakan porsi manajemen rantai pasokan yang strategis, tahap ini digunakan untuk mengatur semua yang dapat memenuhi permintaan konsumen.
2. Sumber Daya (*Source*)
Dalam source pengusaha harus dapat memilih *supplier* yang mampu mengirimkan produk yang diperlukan sehingga akan meningkatkan produk yang disediakan kepada konsumen.
3. Membuat (*Make*)
Merupakan langkah yang diambil oleh pengusaha yang menyangkut produktifitas kerja dan kinerja perusahaan.
4. Pengiriman (*Deliver*)
Berhubungan dengan bagian logistic dimana harus ada koordinasi yang jelas antara tingkat keperluan produk yang harus dibeli dan dibutuhkan oleh konsumen dengan jumlah persediaan.
5. Pengembalian (*Return*)
Hal yang harus diperhatikan dan harus dijadikan sebagai bagian kedua belah pihak baik pengusaha maupun pengepul, dengan demikian akan dapat mendukung tingkat pelayanan kepada konsumen.

Menurut Heizer dan Render (2015) perusahaan harus memutuskan suatu strategi rantai pasokan dalam rangka memperoleh barang dan jasa dari luar. Beberapa strategi yang dipaparkan Heizer dan Render, antara lain:

1. Pendekatan bernegosiasi dengan banyak pemasok dan mengadu satu pemasok dengan pemasok yang lain.
2. Mengembangkan hubungan kemitraan jangka panjang dengan sedikit pemasok untuk memuaskan pelanggan.
3. Integrasi Vertikal yang mana perusahaan dapat memutuskan untuk menggunakan integrasi balik secara vertikal dengan membeli pemasok tersebut.
4. Kombinasi sedikit pemasok dengan integrasi vertikal yang dikenal sebagai jaringan *keiretsu*. Di dalam *keiretsu* pemasok menjadi bagian dari kesatuan perusahaan.

Menurut Heizer dan Render (2015) perusahaan harus memutuskan suatu strategi rantai pasokan dalam rangka memperoleh barang dan jasa dari luar. Beberapa strategi yang dipaparkan Heizer dan Render, antara lain:

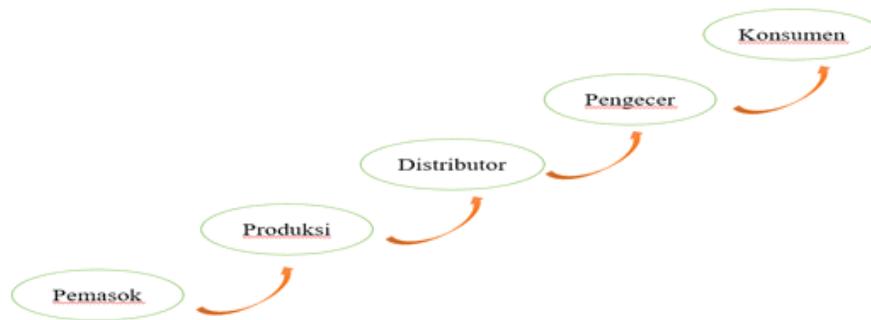
1. Pendekatan bernegosiasi dengan banyak pemasok

dan mengadu satu pemasok dengan pemasok yang lain.

2. Mengembangkan hubungan kemitraan jangka panjang dengan sedikit pemasok untuk memuaskan pelanggan.
3. Integrasi Vertikal yang mana perusahaan dapat memutuskan untuk menggunakan integrasi balik secara vertikal dengan membeli pemasok tersebut.
4. Kombinasi sedikit pemasok dengan integrasi vertikal yang dikenal sebagai jaringan *keiretsu*. Di dalam *keiretsu* pemasok menjadi bagian dari kesatuan perusahaan.

Anwar (2016) menyatakan bahwa, dalam *supply chain* ada beberapa pemain utama yang merupakan perusahaan yang mempunyai kepentingan yang sama, yaitu :

1. *Chain 1 (Supplier)*
Jaringan bermula dari sini, yang merupakan sumber yang menyediakan bahan pertama, dimana rantai penyaluran baru akan mulai. Bahan pertama ini bisa dalam bentuk bahan baku, bahan mentah, bahan penolong, barang dagangan, suku cadang dan lain-lain.
2. *Chain 1-2-3 (Supplier-Manufactures-Distribution)*
Barang yang sudah dihasilkan oleh *manufactures* sudah mulai harus disalurkan kepada pelanggan. Walaupun sudah tersedia banyak cara untuk menyalurkan barang kepada pelanggan, yang umum adalah melalui distributor dan ini biasanya ditempuh oleh sebagian besar *supply chain*.
3. *Chain 1-2-3-4 (Supplier-Manufactures-Distribution-Retail Outlet)*
Pedagang besar biasanya mempunyai fasilitas gudang sendiri atau dapat juga menyewa dari pihak lain. Gudang ini digunakan untuk menyimpan barang sebelum disalurkan lagi ke pihak pengecer. Disini ada kesempatan untuk memperoleh penghematan dalam bentuk jumlah inventaris dan biaya gudang dengan cara melakukan desain kembali pola pengiriman barang baik dari gudang *manufacture* maupun ke toko pengecer.
4. *Chain 1-2-3-4-5 (Supplier-Manufactures - Distribution-Retail Outlet-Customer)*
Para pengecer atau *retailer* menawarkan barang langsung kepada para pelanggan atau pembeli atau pengguna barang langsung. Yang termasuk *retail outlet* adalah toko kelontong, supermarket, warung, dan lain-lain.



Gambar 1. Mata Rantai Manajemen Rantai Pasok
 Sumber : Marimin dan Maghfiroh (2010)

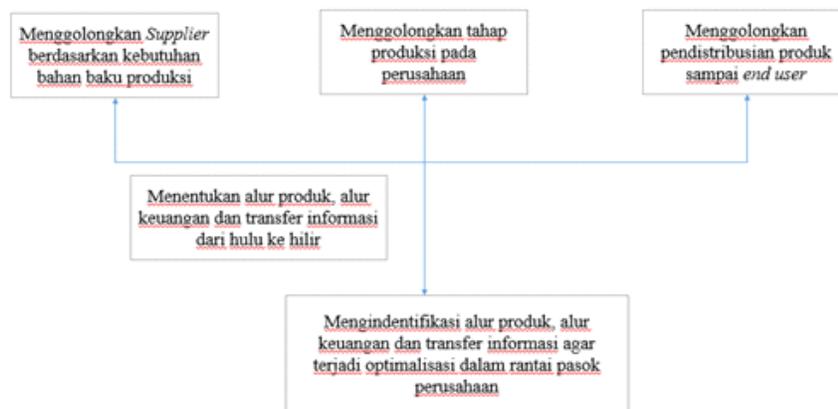
METODE PENELITIAN

Rancangan penelitian menjelaskan secara singkat mengenai alur penelitian yang akan diteliti oleh penulis. Rancangan penelitian menggunakan gambar dan penelitian difokuskan untuk menentukan alur produk, alur keuangan serta transfer informasi untuk dapat menetapkan rantai pasok yang efektif dan efisien bagi perusahaan. Pada penelitian ini objeknya adalah manajemen rantai pasok PD. Sumber Jaya Aluminium.

Teknik yang digunakan untuk memperoleh data adalah data sekunder dimana data sekunder (Supangat, 2010) adalah data yang diperoleh secara tidak langsung untuk mendapatkan informasi (keterangan) dari objek yang diteliti, biasanya data tersebut diperoleh dari tangan kedua baik dari objek

secara individual (responden) maupun dari suatu badan (instansi) yang dengan sengaja melakukan pengumpulan data dari instansi-instansi atau badan lainnya untuk keperluan penelitian dari para pengguna.

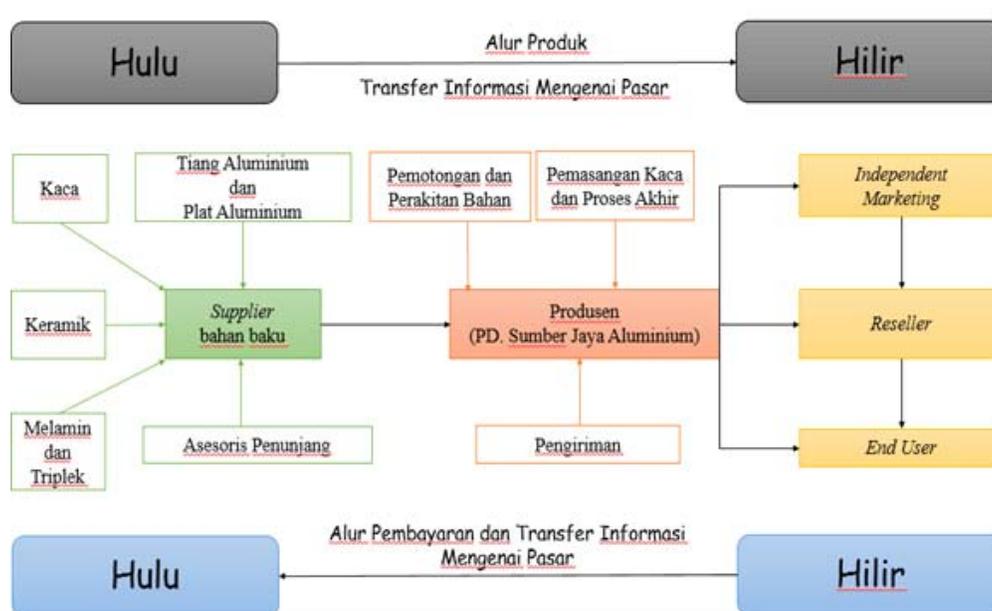
Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan metode *purposive sampling* dimana metode pengambilan sampel berdasarkan karakteristik populasi yang sudah ada sebelumnya. (Yuliana, 2016). Jenis penelitian ini merupakan penelitian deskriptif atau dapat dikategorikan dalam metode penelitian kualitatif dengan menggunakan metode survei yaitu menjelaskan, menggambarkan dan menginterpretasikan suatu fenomena yang terjadi pada suatu objek dan data bersifat kualitatif dengan dukungan data - data kuantitatif (Hasanudin et., al., 2016).



Gambar 2. Rancangan Penelitian
 Sumber : Data yang diolah (2019)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perusahaan Manufaktur adalah suatu perusahaan yang aktivitas utamanya adalah membeli bahan baku (*raw material*) kemudian diproses lebih lanjut untuk menjadi barang jadi (*finished goods*) dan kemudian dijual. PD. Sumber Jaya Aluminium merupakan perusahaan manufaktur yang memproduksi rak piring aluminium sejak tahun 2001 hingga saat ini. Berdasarkan kepentingan utama perusahaan dalam manajemen rantai pasok, alur yang diterapkan PD. Sumber Jaya Aluminium yaitu *Chain 1-2-3-4-5 (Supplier - Manufactures – Distribution - Retail Outlet - Customer)* yang tersaji pada gambar 3.



Gambar 3. Alur Manajemen Rantai Pasok PD. Sumber Jaya Aluminium

Sumber : Data yang diolah (2019)

1. Alur Produk

Dalam proses produksi hingga sampai ke tangan konsumen dideskripsikan dalam gambar 2. Dari hulu, dimulai dari *supplier* yang menyediakan bahan baku utama hingga pendukung produksi. Bahan baku utama dalam pembuatan rak piring yaitu tiang aluminium dengan plat aluminium yang nantinya akan dirakit menjadi rangka. Tiang aluminium yang dibutuhkan yaitu *hollow 7/8 U*, *hollow* kipas, tiang pintu, dan pipa 6 mm. Kemudian bahan baku utama selanjutnya yaitu kaca es dengan ketebalan 3 mm. Umumnya motif kaca es yang menjadi favorit yaitu motif *rose*. Namun ketersediaan motif kaca es tergantung pada *supplier*. Rak piring dengan keramik memiliki permintaan tertinggi. Dengan variasi warna keramik yang beragam dan disesuaikan dengan kaca film dengan warna senada akan menambah daya

tarik. Keramik menjadi bahan baku penting dalam proses produksi. Kemudian melamin dan triplek diperlukan untuk merekatkan keramik sehingga terbentuk satu kesatuan sehingga dapat diaplikasikan pada rangka rak piring.

Bahan baku yang menjadi pendukung produksi yaitu asesoris. Asesoris yang diperlukan cukup banyak, antara lain: mesin potong, bor, lem sealant, handle (tarikan), siku pintu, kaca film, roda, kabel, stop kontak, steaker, cutter, spidol, tembakan lem sealant, lem keramik, jepitan udang, *tapping* (baut dengan berbagai ukuran) yang diperoleh dari beberapa *supplier* tergantung persediaan yang dimiliki *supplier*.

Ditahap produsen yaitu PD. Sumber Jaya Aluminium memiliki tiga alur kerja yang sederhana dan mendukung proses produksi antara lain tahap pemotongan dan perakitan, tahap pemasangan kaca dan tahap proses akhir dan tahap pengiriman. Umumnya dalam produksi sampai pengiriman memakan waktu 3-7 hari. Lama proses produksi tergantung persediaan bahan baku dan tenaga kerja karena tenaga kerja di PD. Sumber Jaya Aluminium sangat terbatas.

Ditahap akhir yaitu proses produk berakhir yakni pada *independent marketing (sales)*, *reseller* dan *end user*. PD. Sumber Jaya Aluminium bekerjasama dengan *independent marketing* dan *reseller* dalam mendukung proses penjualan. Kemudian, PD. Sumber Jaya Aluminium juga melakukan penjualan langsung kepada *end user* yang mengunjungi *show room* untuk membeli produk yang tersedia.

2. Alur Pembayaran

Alur pembayaran dapat dianggap sebagai aliran uang yang terjadi selama proses penjualan. Berbeda hal dengan alur produk, alur pembayaran terjadi mengalir dari hilir ke hulu seperti pada gambar 2. Dari *end user*, melakukan pembelian secara putus kepada *reseller* yang merupakan toko mebel maupun membeli di *showroom* PD. Sumber Jaya Aluminium. *independent marketing* dan *reseller* melakukan pembayaran dengan tempo dua bulan dengan cara tunai, transfer maupun giro. Apabila reseller ingin melakukan pengembalian produk, maka pembayaran akan dipotong berdasarkan harga jual yang disepakati. PD. Sumber Jaya Aluminium melakukan pembayaran kepada *supplier* penyedia bahan baku produksi

dengan giro tempo satu bulan.

3. Alur Transfer Informasi mengenai kondisi Pasar

Alur informasi merupakan proses komunikasi yang bergerak baik dari hulu ke hilir maupun sebaliknya. Alur Informasi dari hulu ke hilir dimulai dari *supplier* yang memberikan informasi kepada PD. Sumber Jaya Aluminium mengenai harga produk terbaru, motif bahan baku dan asesoris terbaru, perubahan alamat kantor *supplier*, perubahan nomor telepon *supplier* yang dapat dihubungi, perubahan konfirmasi pembayaran (jika *supplier* mengganti nomor rekening dalam metode pembayaran) nomor rekening perusahaan), serta ragam produk baru yang tersedia di *supplier*. Informasi yang diberikan *supplier* kepada PD. Sumber Jaya Aluminium melalui *email*, *flyer*, telepon dan *whatsapp*.

Alur informasi dari PD. Sumber Jaya Aluminium kepada *independent marketing* dan *reseller* juga terjadi perihal informasi harga penjualan terbaru (terutama saat terjadi kenaikan harga rak piring mengikuti kenaikan harga bahan baku produksi), ketersediaan rak piring di pabrik, waktu pengiriman rak piring, tempo pembayaran, libur produksi (pada saat hari raya), perubahan nomor *handphone* perusahaan, maupun nomor rekening perusahaan apabila pembayaran dilakukan dengan transfer. Informasi yang diberikan PD. Sumber Jaya Aluminium kepada *independent marketing* dan *reseller* melalui *email*, *flyer*, telepon dan *whatsapp*. Alur Informasi dari hilir ke hulu terjadi pada rantai pasok PD. Sumber Jaya Aluminium. Dari *End User* ke kepada *independent marketing* dan *reseller* perihal model rak piring yang ingin dibuat sesuai desain pelanggan mengikuti ragam kebutuhan. *End user* umumnya merupakan seorang ibu rumah tangga yang paham seluk beluk dalam dapur. Dari *independent marketing* dan *reseller*, informasi ini akan

disampaikan kepada PD. Sumber Jaya Aluminium selaku produsen untuk mendesain, memproduksi dan mengirimkan rak piring sesuai yang diharapkan *end user*.



Gambar 4. Rak Piring Aluminium yang diproduksi oleh PD. Sumber Jaya Aluminium

Sumber : Data yang diolah (2019)

Selain memberikan informasi mengenai desain, *end user* juga memperhatikan dari sisi harga sebagai opsi selanjutnya. *End user* cenderung membeli rak piring dengan harga murah dengan mencari kualitas terbaik. Pada kenyataannya, harga tidak dapat dibohongi. Semakin tinggi harga, maka semakin tinggi kualitas. Apabila kualitas terjamin baik, maka pelanggan akan memperoleh kepuasan saat pemakaian produk (Djuanta, 2014). Setelah mendapat informasi dari *independent marketing* dan *reseller*, PD. Sumber Jaya Aluminium melakukan survei dan penawaran kepada *supplier* agar mampu mengikuti permintaan pasar dengan memproduksi rak piring dengan harga murah dan kualitas baik.

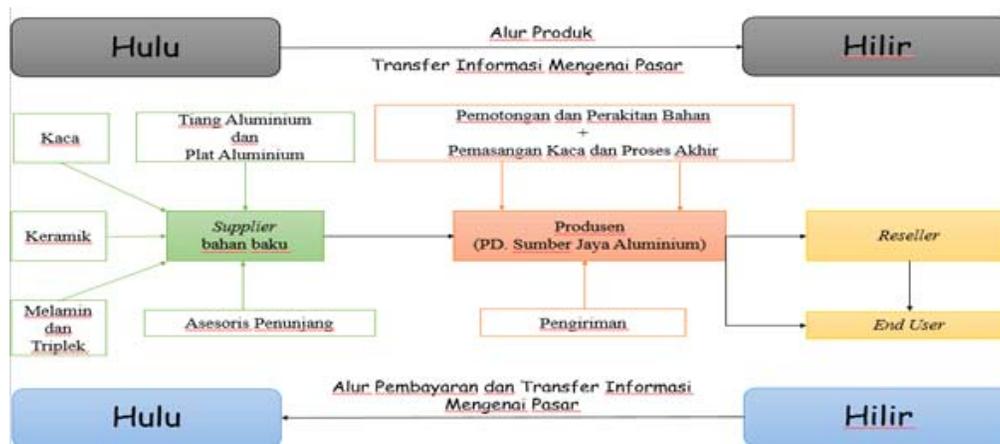
Setelah dilakukan survei terhadap responden, maka diperoleh suatu temuan dalam manajemen rantai pasok PD. Sumber Jaya Aluminium yang menjadi permasalahan dalam kegiatan produksi. Permasalahan tersebut tersaji pada tabel 1.

Tabel 1. Permasalahan dalam manajemen rantai pasok PD. Sumber Jaya Aluminium

| Tahapan Rantai Pasok | Letak Permasalahan | Keterangan | Solusi |
|---------------------------|---------------------------|--|--|
| <i>Supplier</i> | Keterlambatan pengiriman | Permasalahan keterlambatan pengiriman berdampak pada produksi apabila PD. Sumber Jaya Aluminium mengalami habis stok saat produksi. | Memperingatkan <i>supplier</i> agar memberikan informasi yang jelas terkait pengiriman |
| | Kenaikan harga bahan baku | Kenaikan harga bahan baku mempengaruhi harga penjualan rak piring secara langsung. | Melakukan survei ke <i>supplier</i> lain untuk mencari harga bahan baku yang relevan sehingga harga jual dapat stabil. |
| | Habis stok | Habisnya stok dari <i>supplier</i> mempengaruhi produksi rak piring PD. Sumber Jaya Aluminium karena komponen stok dari <i>supplier</i> sangat diperlukan untuk mendukung produksi. | PD. Sumber Jaya Aluminium harus menyediakan cadangan stok produk yang cepat habis dan yang memiliki tingkat <i>repeat order</i> tertinggi. |
| PD. Sumber Jaya Aluminium | Keterlambatan pengiriman | Keterlambatan pengiriman terjadi karena: 1. Kurangnya tenaga kerja dalam produksi (perakitan sampai tahap pengiriman). 2. Habis stok karena terlambat order. 3. Habis stok dari <i>supplier</i> . 4. Permintaan rak piring dengan desain variatif 5. Libur hari raya. | 1. Efisiensi tim kerja dengan mengabungkan tim perakitan dan tim penyelesaian akhir. 2. Masalah 2-5 merupakan kondisi wajar dalam produksi. |
| | Defisit Pembayaran | 1. Keterlambatan dalam pembayaran yang dilakukan <i>independent marketing</i> dan <i>reseller</i> . 2. Penekanan harga jual dan lepas tangan dari resiko rusak produk yang dilakukan <i>independent marketing</i> kepada perusahaan. 3. <i>Supplier</i> menaikkan harga jual secara mendadak namun tidak diikuti dengan kenaikan harga produk. | 1. Membatasi kerjasama dengan <i>independent marketing</i> dan <i>reseller</i> yang rutin dalam keterlambatan pembayaran. 2. Memutus hubungan kerjasama dengan <i>independent marketing</i> . 3. Memberikan informasi valid kepada pelanggan terkait kenaikan harga supaya tidak menekan biaya produksi. |
| <i>Reseller</i> | Stok Produk | 1. Pemesanan dilakukan sesuai permintaan pelanggan 2. Pemesanan menyesuaikan dengan tempat penyimpanan produk. 3. Rusaknya produk saat pengiriman. | Masalah 1-2 dianggap wajar. 3 Menjaga mutu produk agar sampai ke tangan <i>reseller</i> dengan aman agar tidak terjadi pengembalian produk. |

Rantai pasokan mencakup keseluruhan aktivitas yang dihubungkan dengan aliran dan transformasi barang dan jasa dari awal tahap pengelolaan material bahan baku hingga produk jadi yang dinikmati konsumen akhir melalui sistem distribusi (Tjipto, 2014). Rantai pasokan (Nugrahanti, et., al., 2014) mampu meningkatkan kinerja, kepuasan pelanggan serta dapat menghemat biaya produksi.

Dari permasalahan manajemen rantai pasok PD. Sumber Jaya Aluminium, diperoleh solusi dalam penyelesaian masalah tersebut. Kemudian, penulis juga mengidentifikasi siklus rantai pasok PD. Sumber Jaya Aluminium serta dikaitkan dengan masalah dan solusi. Maka diperoleh bentuk siklus baru yang dapat meringkas rantai pasok PD. Sumber Jaya Aluminium pada gambar 5.



Gambar 5 Manajemen Rantai Pasok Baru sesuai Penelitian

Sumber : Data yang diolah (2019)

SIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Tujuan dari suatu perusahaan itu sendiri yaitu memaksimalkan laba melalui cara kerja yang efektif dan efisien. Manajemen Rantai Pasok menawarkan suatu inovasi efektif dan efisien untuk memberikan jawaban kepada perusahaan. Dari penelitian yang dilakukan penulis pada PD. Sumber Jaya Aluminium sebagai studi kasus diperoleh beberapa kesimpulan, antara lain:

1. Dengan menggabungkan tim pemotongan dan perakitan bahan serta pemasangan kaca dan proses akhir dapat meringkas proses produksi sehingga dalam satu tim dapat fokus dalam pengerjaan *job desk* produksinya.
2. Memutus kerjasama dengan *independent marketing* menjadi pilihan terbaik bagi PD. Sumber Jaya Aluminium dalam menekan angka defisit dalam tubuh perusahaan.
3. Dengan menganalisis manajemen rantai pasok, PD. Sumber Jaya Aluminium mampu mengidentifikasi kondisi organisasi perusahaan dan mengetahui poin – poin penting yang harus diperbaiki agar menjadi perusahaan yang mampu bertahan di tengah persaingan perusahaan manufaktur saat ini.

Saran

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh penulis, terdapat pembatasan dalam penelitian. Oleh karena itu, ada beberapa saran yang dapat dipertimbangkan oleh pembaca, antara lain:

1. Manajemen Rantai Pasok merupakan topik yang menjadi daya tarik khususnya bagi peneliti

dalam bidang manajemen operasi. Penulis berharap, banyak peneliti yang nantinya akan mengembangkan topik mengenai manajemen rantai pasok.

2. Karena keterbatasan waktu, maka observasi yang dilakukan penulis menjadi sangat singkat. Maka diperlukan lebih banyak waktu untuk menganalisis dan mengidentifikasi mengenai topik ini secara mendalam.
3. Karena topik manajemen rantai pasok merupakan topik baru, maka refrensinya sangat terbatas. Penulis berharap dengan topik ini dapat membantu dan nantinya menjadi refrensi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan topik ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, S. N. (2016). *Manajemen Rantai Pasokan (Supply Chain Management): Konsep dan Hakikat*. Retrieved from <http://www.unisbank.ac.id/ojs/index.php/fti2/article/viewFile/1315/531>
- Asosiasi Logistik Indonesia. (2015). Pengaruh Strategi *E-Business* Pada Rantai Pasok. Retrieved from http://www.ali.web.id/publication_detail.php?id=513
- Assauri, S. (2017). *Manajemen Operasi Produksi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Azmiyat, S., & Hidayat, S. (2016). Pengukuran Kinerja Rantai Pasok pada PT. Louserindo Megah Permai Menggunakan Model SCOR dan FAHP. *Jurnal AL-AZHAR INDONESIA SERI SAINS DAN TEKNOLOGI*.
- Djuanta, P. (2014). Ada Harga Ada Kualitas. Retrieved from <http://www.kompasiana.com/putudjuanta/54f683bea331157178b4da1/ada-harga-ada-kualitas>.
- Fuqon, C. (2014). Analisis Manajemen dan Kinerja Rantai Pasokan Agribisnis Buah Stoberi di Kabupaten Bandung. *Image*.

- Guritno, A. D., & Harsasi, M. (2017). *Supply Chain Management*. Modul 1.
- Hasanudin, A., Hajati, N., & Wahono, B. (2018). ANALISIS MANAJEMEN DAN KINERJA RANTAI PASOKAN PRODUK KAOS PADA INDUSTRI TEKSTIL MAKER GARMENT DENPASAR . E-*Jurnal Riset Manajemen* .
- Herda, S., & Setyawan, A. A. (2016). Manajemen Rantai Pasok Kayu Gaharu di Kalimantan Barat. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya UMS*.
- Leppe, E. P., & Karuntu, M. (2019). Analisis Manajemen Rantai Pasokan Industri Rumahan Tahu di Kelurahan Bahu Manado. *EMBA*.
- Marimin, & Maghfiroh, N. (2010). Aplikasi Teknik Pengambilan Keputusan dalam Manajemen Rantai Pasok. Bogor: IPB Press
- Nugrahanti, F., Wisnubhadra, I., & Julianto, E. (2014). Analisa Perancangan Sistem Informasi Manajemen Rantai Pasok Pada Perusahaan Pembuat Peralatan Tambang. Seminar Nasional Teknologi Informasi dan Komunikasi.
- Pongoh, M. A. (2016). Analisis Penerapan Manajemen Rantai Pasokan Pabrik Gula Aren Masarang. *EMBA*.
- Render, B., & Heizer, J. (2015). *Manajemen Operasi*. Jakarta: Erlangga.
- Russell, R. S., & Taylor, B. W. (2009). *Operations Management* (6th ed.). Virginia: Willey.
- Sherlywati. (2017). Urgensi Penelitian Manajemen Rantai Pasok: Pemetaan Isu, Objek, dan Metodologi. *Jurnal Manajemen Manantha*.
- Supangat, A. (2010). *Statistik Dalam Kajian Deskriptif, Inferensi, dan Nonparametrik*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Tjipto, S. I. (2014). Analisis Kinerja Pemasok pada Manajemen Rantai Pasokan Perusahaan Jasa Konstruksi. *Jurnal Manajemen*.
- Wuwung, S. C. (2013). Manajemen Rantai Pasokan Produk Cengkeh Pada Desa Wawona Minahasa Selatan. *EMBA*.
- Yuliana, L. (2016). Analisis Strategi Korporat Pengetahuan Aset dan Opini Pakar Terhadap Kinerja Perusahaan Terbuka. *Jurnal Ekonomi Bisnis Manajemen*.