

## ABSTRAKSI

Fenomena yang sering terjadi pada *supply chain* adalah terjadinya variabilitas permintaan dalam setiap tahapan saluran distribusi. Fenomena ini dinamakan *bullwhip effect*. Akibat terjadinya *bullwhip effect* adalah timbulnya *inefficient* pada *supply chain* yaitu bila didapati nilai  $\omega = +$  ( *positif* ) maka memiliki pengertian bahwa terjadi penumpukan, sehingga menambah biaya produk. Dan sebaliknya bila didapati nilai  $\omega = -$  ( *negative* ), maka memiliki pengertian bahwa terjadinya kekurangan *stock* untuk pemenuhan permintaan, maka mengakibatkan kehilangan nilai peluang.

Penelitian ini membahas mengenai *bullwhip effect* yang terjadi pada *supply chain* produk susu yaitu di CV. Intraco Niaga. Menghitung *bullwhip effect* ini dibagi dalam dua pengukuran. Pengukuran pertama adalah analisa produk dengan retailer. kemudian pengukuran kedua adalah mengagregasikan retailer dengan produk yang seluruhnya dilakukan di dua tingkatan *supply chain*, yaitu Sub Distributor dan Retailer. Hasil pengukuran untuk tingkatan retail dan Sub Distributor – CV. Intraco Niaga menghasilkan nilai  $\omega_1 = 1.86 > \omega_2 = 1.25$  yang berarti terjadi *bullwhip effect* pada tingkatan tersebut. Hal ini menunjukkan terjadinya fluktuasi permintaan pada tingkatan *supply chain*.

Evaluasi ini dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor penyebab timbulnya *bullwhip effect*, antara lain: adanya kebijakan perusahaan tentang pemotongan harga dan bonus, waktu lead time yang panjang. Cara untuk mengurangi *bullwhip effect* adalah mengendalikan variabilitas permintaan, penjadwalan pengiriman produk yang tepat, dan memperbaiki sistem harga.