

BAB V

PEMBAHASAN

5.1 Analisa Permintaan Konsumen

Bab ini berisikan tentang pembahasan yang mengacu pada konsep *Supply Chain management*, dengan menganalisa dari bab-bab sebelumnya dan berdasarkan pada pengolahan data bab IV. Selain itu dalam bab ini disertakan pula usulan terhadap rantai distribusi yang ada.

Dalam penelitian ini data yang digunakan diambil dari Sub Distributor-CV. Intarco Niaga yang merupakan distributor dari PT. Sari Husada. Produk-produk yang dijadikan bahan penelitian ada 4 jenis, yaitu : SGM 1 – RESIZE 150gr, SGM 2 – RESIZE 150gr, SGM 2 – RESIZE 600 gr, SGM 3 – MADURZ – 600gr, yang merupakan hasil produksi dari PT. Sari Husada. CV. Intraco Niaga akan mendistribusikan ke wilayah Magelang melalui beberapa outlet, yaitu Rita Departemen Store, Armada Swalayan, Surya Swalayan, Family Swalayan, dan Trio 2. Data yang diambil memberikan gambaran tentang besarnya jumlah penjualan dari ke 4 jenis produk tersebut dan sistem distribusi untuk setiap retailer..

Dari hasil perhitungan pada Bab IV diperoleh fakta yang menunjukkan nilai variabilitas yang menjadi ukuran *bullwhip effect* yang terjadi pada produk-produk yang diteliti, yaitu nilai variansi permintaan (C_{in}) harus lebih kecil dari variansi persediaan (C_{out}).

Dan dibawah ini merupakan table dari nilai ω :

Tabel 5.1 Nilai ω

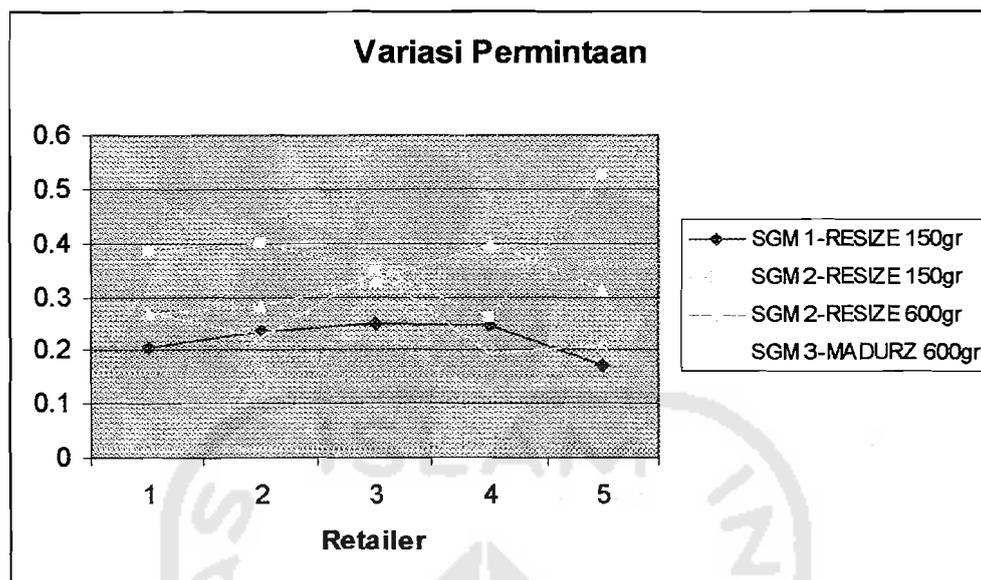
No	OUTLET	PRODUK	ω
1	Rita Departemen	SGM 1-RESIZE 150gr	2.036
2	Store	SGM 2-RESIZE 150gr	1.311
3		SGM 2-RESIZE 600gr	1.158
4		SGM 3-MADURZ 600gr	0.990
5		Armada Swalayan	SGM 1-RESIZE 150gr
6	Surya Swalayan	SGM 2-RESIZE 150gr	2.249
7		SGM 2-RESIZE 600gr	3.830
8		SGM 3-MADURZ 600gr	2.051
9		Family Swalayan	SGM 1-RESIZE 150gr
10	Trio 2	SGM 2-RESIZE 150gr	2.622
11		SGM 2-RESIZE 600gr	1.421
12		SGM 3-MADURZ 600gr	1.226
13		Family Swalayan	SGM 1-RESIZE 150gr
14	Trio 2	SGM 2-RESIZE 150gr	2.137
15		SGM 2-RESIZE 600gr	0.838
16		SGM 3-MADURZ 600gr	2.156
17		Family Swalayan	SGM 1-RESIZE 150gr
18	Trio 2	SGM 2-RESIZE 150gr	1.368
19		SGM 2-RESIZE 600gr	1.465
20		SGM 3-MADURZ 600gr	2.104

Dari table 5.1 dapat diketahui bahwa terjadi *bullwhip effect* hampir disemua produk dan pada semua Apotek. Hal ini menunjukkan terjadinya distorsi informasi antara Sub Distributor dengan retailer. Salah satu penyebabnya adalah kurang akuratnya data yang diterima oleh sales Sub Distributor. Data yang dihasilkan dapat akurat dengan membagi:

1. Informasi point-of –sales (POS), sehingga setiap anggota *supply chain* dapat melakukan penjadwalan secara efektif.
2. Pemesanan yang dibantu computer (Computer Assisted Ordering-CAO)

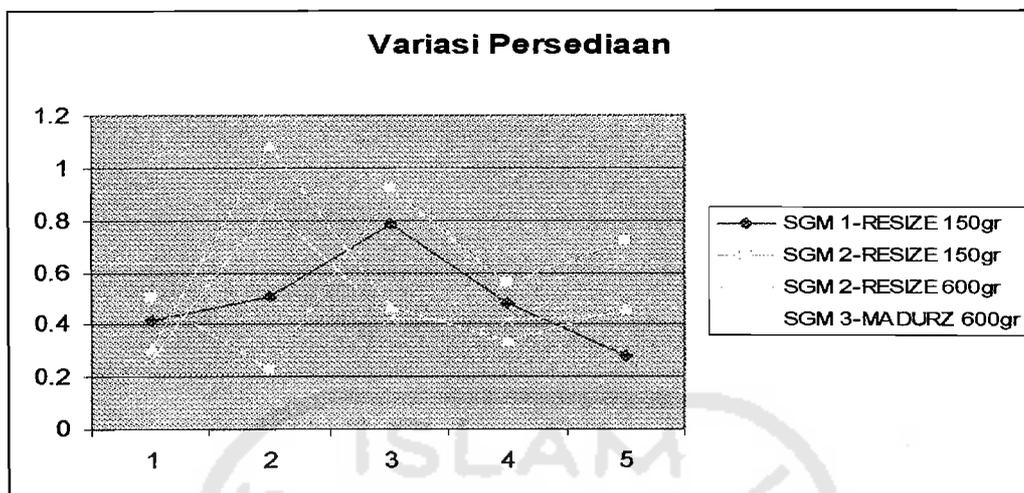
Hal ini berimplikasi pada penggunaan sistem POS yang mengumpulkan data penjualan dan kemudian menyesuaikan data bagi faktor - faktor pasar, persediaan yang ada dan sisa pesanan. Dimana data yang diterima Sub Distributor dijadikan acuan Principle untuk kemudian diserahkan kepada manufaktur, sebagai data peramalan produk untuk periode produksi yang akan datang.

Prioritas utama CV. Intraco Niaga adalah untuk retailer yang cenderung mengalami *bullwhip effect* paling besar. Keadaan tersebut diambil agar pendistribusian produk tidak terjadi constrain. Sedangkan skala prioritas yang kedua dan seterusnya perusahaan menggunakan penilaian berdasarkan banyaknya permintaan retailer. Prioritas pertama dari CV. Intraco Niaga adalah retailier Armada Swalayan untuk produk SGM 2 – RESIZE 600gr, dikarenakan pada retailer ini nilai *bullwhip effect*-nya cukup tinggi sebesar 3.803. ini dapat diartikan banyak terjadi distorsi informasi sehingga informasi data dari retail ke Sub Distributor tidak berjalan dengan lancar. Namun sesuai dengan grafik variasi permintaan dibawah, rata-rata variasi permintaan yang cukup besar ada pada Surya Swalayan, dimana hampir disetiap produk memiliki nilai variasi permintaan yang lebih tinggi dibanding apotek yang lainnya.



Grafik 5.1 fluktuasi nilai variasi permintaan

Dari grafik 5.1 dapat diketahui bahwa nilai dari variabilitas pada produk SGM 2 – RESIZE 150 gr disetiap Outlet bernilai tinggi, dan pada produk SGM 3 – MADURZ 600 gr nilainya dari variabilitasnya ada yang tinggi dan ada yang rendah. Untuk variabilitas SGM 1 – RESIZE 150 gr dan SGM 2 – RESIZE 600 gr nilainya stabil disetiap Outlet.



Grafik 5.2 fluktuasi nilai variasi persediaan

Berdasarkan hasil perhitungan, diketahui bahwa terjadi amplifikasi variabilitas permintaan dari distributor ke retailer dan dari produsen ke distributor, yang berarti juga terjadi amplifikasi variabilitas permintaan disepanjang rantai pasokan. Berdasarkan pengamatan yang dilakukan banyak Sub Distributor memberi harga khusus pada retailer jika ada pembelian dalam partai besar dan Sub Distributor juga akan memberi bonus kepada *retailer* jika penjualan mereka melebihi target yang ditetapkan. Sehingga sangat mungkin jika pihak *retailer* akan membeli produk dalam jumlah yang besar untuk mendapatkan potongan, walaupun nantinya akan tersimpan digudang. Dalam hal ini dapat dikatakan bahwa *retailer* melakukan spekulasi, dan membeli barang tidak sesuai dengan kebutuhan yang sebenarnya. Dengan pembelian secara spekulasi dan penumpukan barang digudang dapat memperbesar koefisien variansi permintaan.

Tidak hanya variabilitas saja yang mempengaruhi terjadinya *bullwhip effect*, kebijakan dalam waktu pemesanan (*lead time*) juga sangat berpengaruh.

Produk dipesan jika persediaan dalam gudang *retailer* sudah hampir habis atau stok akhir tidak boleh kurang dari stok awal produk dan untuk *lead time* pemesanan produk kurang dari 2 (*dua*) hari. *Lead time* yang sekarang dianggap tidak sesuai sehingga sebaiknya waktunya dipersempit. Karena dengan waktu *lead time* (yang lama akan terjadi *limit stock* untuk produk-produk yang memiliki permintaan yang besar. Dan setelah menganalisa waktu *lead time* yang 2 (*dua*) hari ternyata waktu tersebut dapat dipersempit menjadi 1 (*satu*) hari, namun ada beberapa syarat antara lain:

1. Pengiriman hanya dalam kota Muntilan dan Magelang saja, untuk luar daerah waktunya menyesuaikan.
2. Barang yang akan dikirim sudah ada didalam gudang, tanpa harus menunggu pengiriman dari Principle Distributor.

Waktu *lead time* ini berpengaruh sehingga harus ditentukan dengan benar, karena hal ini sangat berkaitan dengan konsep *bullwhip Effect* yang menginginkan jumlah barang yang tepat pada waktu yang tepat. Dengan terjadinya *limit stock* mengakibatkan suatu kerugian yang cukup besar, dilihat dari nilai *value* maupun dari sisi kepercayaan pelanggan. Tidak adanya kebijakan yang dibuat, menyebabkan terlalu banyak barang yang tersimpan digudang, karena jauh hari sebelumnya pemakaian barang telah terbeli.

Lemahnya rantai distribusi pada *supply chain* di CV. Intraco Niaga disebabkan beberapa hal, antara lain:

1. Adanya fluktuasi yang tinggi terhadap permintaan produk SGM 2 – Resize 150 gr. Oleh karena itu dapat diprediksikan tentang kebutuhan pasar yang

akan datang mengalami sedikit kesulitan yang disebabkan terjadi fluktuasi yang cukup tinggi disetiap retailer .

2. Kurangnya sistem informasi yang diterapkan oleh sistem distribusi dalam perusahaan. Informasi yang berhubungan langsung dengan retailer seharusnya langsung ditanggapi oleh Sub Distributor. Dan Sub Distributor sendiri sebagai penghubung antara produsen dengan konsumen seharusnya memberikan informasi yang jelas dan akurat.
3. Waktu *lead time* yang kurang optimal yang akan menyebabkan berkurangnya stok barang dipihak retail, namun setelah di analisa
4. Masih kurang meratanya pendistribusian produk, khususnya di kota Magelang. Hal ini dikarenakan kurang akuratnya sales Sub Distributor menerima informasi yang diberikan oleh *retailer*.

Dalam kasus ini yang cukup terlihat adalah letak dari constraint terjadi pada pasar, kondisi permintaan yang fluktuatif mengakibatkan pendistribusian tidak merata.