

BAB VI

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil-hasil yang diperoleh dari penelitian Tugas Akhir ini maka secara umum *Supply Chain Management* CV. Intarco Niaga dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Pada kasus ini terjadinya *Bullwhip Effect* pada CV. Intraco Niaga disebabkan:
 - a. Adanya kebijakan harga. Dengan CV. Intraco Niaga memberikan pemotongan harga dan pemberian bonus kepada retailer akan menyebabkan terjadinya fluktuasi harga pada pihak retailer. Hal ini akan menyebabkan adanya pembelian diawal dan spekulasi pembelian yang dapat membuat retailer menjadi *over stock*.
 - b. Waktu pemesanan (*lead time*) yang panjang, akan menyebabkan terjadinya *limit stock* pada, untuk itu *lead time* yang semula 2 (*dua*) hari sebaiknya dipercepat lagi hingga 1 (*satu*) hari saja.
 - c. Informasi pemesanan dari retail terhadap CV. Intraco Niaga yang tidak pasti, menyebabkan ketidakpastian jumlah produk yang akan dipesankan pada produsen.
2. Ukuran yang digunakan dalam mengevaluasi *bullwhip effect* adalah dengan nilai variabilitas. Untuk Retailer dengan Sub Distributor -

CV. Intaco Niaga diperoleh $\omega_1 = 1.86 > \omega_2 = 1.25$, yang berarti terjadi *bullwhip effect* pada tingkatan tersebut.

3. Dengan terjadinya *bullwhip effect* di CV. Intraco Niaga, maka untuk menguranginya dilakukan dengan cara:

- a. Mendapatkan informasi yang sebenarnya tentang besarnya permintaan berbagai retailer. Yang salah satunya dengan cara meng upstream menyediakan data POS (*point of sale*), dimana Sub Distributor dapat mengetahui secara pasti besarnya permintaan, jumlah penjualan, dan banyaknya produk ditingkat retailer.
- b. Memperbaiki kebijakan harga, dengan tidak memberikan potongan harga dan bonus pada retailer yang memesan dalam jumlah yang melebihi kebutuhannya, karena akan menyebabkan terjadinya fluktuasi permintaan yang tinggi. Dan solusi yang tepat adalah memberikan bonus dan potongan harga pada retailer yang memesan dalam jumlah yang tetap dan terus menerus, sehingga fluktuasi permintaan dapat ditekan.
- c. Penerimaan order dari *retailer* harusnya dilakukan dengan tepat, yaitu seminggu sekali sehingga jadwal order pemesanan Sub Distributor kepada produsen dapat berjalan dengan baik.

6.2 Saran

1. Pengukuran *bullwhip effect* yang dilakukan pada penelitian ini hanya mengukur koefisien variansi dari permintaan dan penjualan produk, sehingga perlu dikembangkan lagi dengan melihat faktor-faktor yang mempengaruhi lainnya, yaitu dengan menggunakan peramalan produk, *inventory lead*, *lead time*, fluktuasi harga.
2. Pengukuran dapat dilakukan untuk tingkatan yang jauh lebih baik, yaitu dengan menambah tingkatan *supply chain*.

