

BAB VI

PENUTUP

6.1 KESIMPULAN

1. Ukuran yang digunakan dalam mengevaluasi Bullwhip effect ini adalah dengan menggunakan nilai koefisien variansi. Untuk echelon Retailer dengan Distributor diperoleh $\omega_1(0.97) > \omega_4(0.925)$ dan echelon Distributor dengan Produsen diperoleh $\omega_1(0.993) > \omega_4(0.905)$ yang berarti terjadi Bullwhip effect untuk tingkatan tersebut.
2. Pada kasus di rantai pasokan PT. Sari Husada Tbk, terjadi amplifikasi variabilitas permintaan dari echelon Retailer ke Distributor dan dari Distributor ke Produsen. Penyebabnya adalah adanya:
 - a. Adanya kebijakan harga, dengan memberi potongan harga dan pemberian bonus sehingga terjadi fluktuasi harga, yang menyebabkan adanya pembelian diawal dan spekulasi pembelian
 - b. Kebijakan perusahaan dalam waktu pemesanan produk, tidak ditentukan dengan pasti, hanya berdasarkan pada stok yang telah habis digudang Distributor ataupun Retailer.
 - c. Pihak Produsen menentukan tingkat supply ke Distributor berdasarkan data peramalan permintaan dengan menggunakan data tahun lalu, tidak berdasarkan permintaan aktual Konsumen atau Retailer dibawahnya.
3. Dengan terjadinya Bullwhip effect di rantai pasokan PT. Sari Husada Tbk, maka untuk menguranginya dapat dilakukan dengan cara :

- a. Mendapatkan informasi yang sebenarnya tentang besarnya permintaan diberbagai echelon pada supply chain, dengan menggunakan data EPOS (Electronic Point Of Sale) sehingga permintaan ditingkat retailer maupun distributor dapat diketahui oleh Produsen.
- b. Membuat jadwal pengiriman produk dari tingkatan Distributor ke Retailer, hal ini dilakukan untuk menghindari terjadinya kekurangan ataupun kelebihan stok yang mengakibatkan kerugian, dan meminimasi keterlambatan pengiriman.
- c. Penerima order permintaan dari Distributor dilakukan dengan waktu yang tepat, sehingga jadwal perencanaan produksi dapat dibuat dengan baik.
- d. Memperbaiki kebijakan harga, dengan tidak memberikan potongan harga dan pemberian bonus pada Distributor ataupun Retailer yang memesan produk dalam jumlah besar yang melebihi kebutuhannya, karena akan menimbulkan terjadinya fluktuasi permintaan yang tinggi.

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 time, fluktuasi harga.

2. pengukuran dapat dilakukan untuk tingkatan yang lebih jauh, yaitu dengan menambah tingkatan supply chain.

