

# Pengelolaan Pengadaan Dalam Rantai Pasok

# Pengelolaan Pengadaan

Manajemen pengadaan merupakan salah satu komponen utama SCM

Tugas Utama dari manajemen pengadaan adalah:

- Menyediakan input (barang dan jasa) yang dibutuhkan dalam kegiatan produksi maupun kegiatan lain dalam perusahaan
- Menyediakan jasa (transportasi dan pergudangan, jasa konsultasi dan sebagainya)
- Mendapatkan barang-barang (*merchandise*) yang akan dijual (*resale*), biasanya pada perusahaan ritel

# Pengelolaan Pengadaan

- **Tugas-Tugas Umum Bagian Pengadaan**
    - **Merancang hubungan yang tepat dengan *supplier***
      - hubungan kemitraan berjangka panjang atau transaksional berjangka pendek, bergantung pada banyak hal, termasuk kritis tidaknya barang yang dibeli dari *supplier* .
      - bagian pengadaan merancang *relationship portfolio* untuk semua *supplier*
      - bagian pengadaan menetapkan berapa jumlah *supplier* yang harus diperlihara untuk tiap jenis item.
-

# Pengelolaan Pengadaan

- **Tugas-Tugas Umum .....**
    - **Memilih *supplier***
      - Kegiatan ini bisa memakan waktu dan sumber daya yang tidak sedikit.
      - Kesulitan akan lebih tinggi bila *supplier* yang dipilih berada di mancanegara.
      - Untuk *supplier* kunci yang berpotensi menjalin hubungan jangka panjang, proses bisa meliputi evaluasi awal, yaitu;
        - Mengundang mereka untuk presentasi
        - Kunjungan lapangan (*site visit*)
-

# Pengelolaan Pengadaan

- **Tugas-Tugas Umum .....**
    - **Memilih dan mengimplementasikan teknologi yang cocok**
      - Teknologi sederhana → telepon dan fax.
      - Teknologi internet → *e-procurement, e-catalog, e-auction* dan *e-bidding*.
-

# Pengelolaan Pengadaan

- **Tugas-Tugas Umum .....**
  - Memelihara data item yang dibutuhkan dan data *supplier*
    - Beberapa data yang diperlukan seperti:
      - nama dan alamat *supplier*
      - item apa saja yang dipasok
      - harga per unit
      - *lead time* pengiriman
      - kinerja masa lalu
      - kualifikasi *supplier*

# Pengelolaan Pengadaan

- **Tugas-Tugas Umum .....**
  - **Melakukan proses pembelian**
    - Bisa dilakukan melalui beberapa cara seperti, pembelian rutin dan pembelian melalui tender atau lelang (*auction*)
    - banyak aktifitas negosiasi maupun administrasi yang perlu dilakukan.

# Pengelolaan Pengadaan

- Tugas-Tugas Umum .....
  - Mengevaluasi kinerja *supplier*
    - Kinerja *supplier* harus dimonitor secara bertahap dan penilaian dilakukan untuk menciptakan daya saing yang berkelanjutan
    - Hasil penilaian digunakan sebagai masukan bagi *supplier* untuk meningkatkan kinerja mereka.
    - Penilaian kerja lebih pada kualitas, ketepatan waktu, fleksibilitas dan harga
    - Penilaian calon *supplier* lebih mengarah ke kesehatan keuangan, kemampuan teknologi, dan reputasi.

# Kriteria Pemilihan *Supplier*

Pemilihan pemasok merupakan salah satu faktor kesuksesan sebuah perusahaan

Pemilihan pemasok yang tepat dapat menjamin ketersediaan bahan baku untuk menjaga lintasan produksi.

Pemilihan pemasok adalah salah satu aktivitas penting pada bagian pengadaan untuk mencapai keunggulan bersaing

# Kriteria Pemilihan *Supplier*

Kriteria pemilihan *supplier* menurut *Dickson* berdasarkan urutan tingkat kepentingannya :

1. Kualitas (*Quality*)
2. Pengiriman (*Delivery*)
3. Kinerja masa lalu (*Performance history*)
4. Jaminan dan Kebijakan Klaim (*Warranties & Claims Policies*)
5. Fasilitas Produksi dan Kapasitas (*Production Facilities and Capacity*)
6. Harga (*Price*)
7. Kemampuan Teknis (*Technical Capability*)

# Kriteria Pemilihan Supplier

## Kriteria pemilihan *supplier* menurut *Dickson*

8. Keadaan Finansial (*Financial Position*)
9. Pemenuhan procedural (*Procedural Compliance*)
10. Sistem Komunikasi (*Communication System*)
11. Reputasi dan Posisi dalam Industri (*Reputation and Position in Industry*)
12. Hasrat Berbisnis (*Desire for Business*)
13. Manajemen dan Organisasi (*Management and Organization*)
14. Kontrol Operasi (*Operating Controls*)

# Kriteria Pemilihan *Supplier*

## Kriteria pemilihan *supplier* menurut *Dickson*

15. Perbaikan Layanan (*Repair Service*)
16. Sikap (*Attitude*)
17. Kesan (*Impression*)
18. Kemampuan Mengepak (*Packaging Ability*)
19. Hubungan dengan Buruh (*Labor Relations Record*)
20. Lokasi Geografis (*Geographical Location*)
21. Nilai Bisnis Terdahulu (*Amount of Past Business*)
22. Bantuan Pelatihan (*Training Aids*)
23. Pengaturan Hubungan Timbal Balik (*Reciprocal Arrangements*)

# Kriteria Pemilihan *Supplier*

Kriteria pemilihan supplier menurut *Nydick* dan *Hill* (1992):

1. Kualitas / *Quality*
2. Harga / *Price*
3. Layanan / *Service*
4. Pengiriman / *Delivery*

# Kriteria Pemilihan *Supplier*

Kriteria dan sub kriteria dalam pemilihan supplier menurut Surjasa dkk :

## **1. Kriteria Harga**

- Kepantasan harga dengan kualitas barang yang dihasilkan
- Kemampuan untuk memberikan potongan harga pada pemesanan dalam jumlah tertentu.

# Kriteria Pemilihan *Supplier*

## Kriteria menurut Surjasa...

### **2. Kriteria Kualitas**

- Kesesuaian barang dengan spesifikasi yang sudah ditetapkan
- Penyediaan barang tanpa cacat
- Kemampuan memberikan kualitas yang konsisten

### **3. Kriteria Ketepatan Pengiriman**

- Kemampuan untuk mengirimkan barang sesuai dengan tanggal yang telah disepakati
- Kemampuan dalam hal penanganan sistem transportasi

# Kriteria Pemilihan *Supplier*

## 4. Kriteria Ketepatan Jumlah

- Ketepatan dan kesesuaian jumlah dalam pengiriman
- Kesesuaian isi kemasan

## 5. Kriteria *Customer Care*

- Kemudahan untuk dihubungi
- Kemampuan untuk memberikan informasi secara jelas dan mudah untuk dimengerti
- Kecepatan dalam hal menanggapi permintaan pelanggan
- Cepat tanggap dalam menyelesaikan keluhan pelanggan

# Kriteria Pemilihan *Supplier*

## Kriteria Kodak :

- Banyaknya *technical support* yang diberikan
- Banyaknya ide-ide inovatif
- Kemampuan *supplier* untuk berkomunikasi secara efektif untuk isu-isu penting
- Fleksibilitas yang ditunjukkan oleh *supplier*
- *Cycle time* dan kecepatan respon
- Kemiripan tujuan antara Kodak dengan *supplier*
- Tingkat kepercayaan yang ada antara perusahaan dengan *supplier*
- Kekuatan hubungan pada berbagai dimensi

# Teknik Pemilihan *Supplier*

- Salah satu metode yang sering digunakan dalam proses pemilihan *supplier* adalah metode **AHP (Analytical Hierarchy Process)**
- Prosesnya:
  - Tentukan kriteria-kriteria pemilihan
  - Tentukan bobot masing-masing kriteria
  - Identifikasi alternatif (*supplier*) yang akan dievaluasi
  - Evaluasi masing-masing alternative dengan kriteria di atas
  - Hitung nilai berbobot masing-masing *supplier*
  - Urutkan *supplier* berdasarkan nilai berbobot tersebut



Keterlibatan *Supplier* dlm  
Pengembangan Produk  
Baru

# *Time to Market* sebagai Faktor Keunggulan Bersaing

---

Dalam perspektif *supply chain*, perancangan produk baru adalah salah satu fungsi vital yang sejajar dengan fungsi-fungsi lain seperti pengadaan material, produksi, dan distribusi.

---

Perancangan produk baru termasuk dalam kelompok fungsi mediasi pasar bersama aktivitas riset pasar, dan pelayanan purna jual.

---

Dikatakan demikian karena perancangan produk adalah upaya untuk mengakomodasikan aspirasi pelanggan sehingga produk yang dihasilkan akan sesuai dengan yang diinginkan.

# Time to Market sebagai Faktor Keunggulan Bersaing

---

Keinginan pelanggan yang **beragam dan semakin tinggi** serta persaingan yang ketat mendorong perusahaan untuk semakin inovatif dalam menciptakan produk baru.

---

**Selera konsumen** yang dinamis disertai kemampuan *supply chain* untuk mengantisipasinya mengakibatkan siklus hidup produk-produk inovatif menjadi semakin pendek.

---

**Siklus hidup produk yang semakin pendek** membawa banyak implikasi terhadap bagaimana perusahaan bersaing di pasar serta bagaimana harus mengelola aktivitas-aktivitas *supply chain*.

# Time to Market sebagai Faktor Keunggulan Bersaing

---

Dalam penanganan produk-produk inovatif, kecepatan meluncurkan rancangan-rancangan baru sangat penting.

---

*Time To Market* adalah waktu antara gagasan perancangan produk di mulai sampai produk tersebut dipasarkan.

---

Proses dari pencarian ide sampai rancangan siap diluncurkan bisa cukup lama dan seringkali terjadi pengulangan-pengulangan untuk menyesuaikan rancangan dengan informasi-informasi terbaru yang diperoleh.

# Time to Market sebagai Faktor Keunggulan Bersaing

Fase-fase kegiatan dalam perancangan produk baru, secara umum adalah :

- *Idea Generation*
  - *Business / Technical Assesment*
  - *Product Concept*
  - *Product Engineering & Design*
  - *Prototype Design*
  - *Test & Pilot Production*
  - *Manufacturing Ramp Up*
  - *Launch*
-

# Time to Market sebagai Faktor Keunggulan Bersaing

- Lamanya waktu antara ide sampai produk baru diluncurkan ke pasar berbeda-beda antara satu produk dengan produk lainnya.
- Ada banyak cara yang bisa dilakukan perusahaan untuk memperpendek *Time To Market*, adalah:
  - Keterlibatan banyak pihak mulai dari wakil-wakil bagian (fungsional) di dalam perusahaan maupun pihak luar seperti *supplier* dan pelanggan,
  - Manajemen proyek yang bagus,
  - Team perancang produk yang solid, dinamis, dan enerjik,
  - Teknologi yang mendukung.

# Keterlibatan *Supplier* dlm Pengembangan Produk Baru

- Secara tradisional, *supplier* sering **dipilih setelah rancangan Produk selesai** dibuat dan siap diproduksi.
- Dewasa ini, banyak perusahaan yang **memilih *supplier* sebelum proses rancangan Produk dimulai** sehingga *supplier* tersebut bisa dilibatkan dalam kegiatan perancangan Produk.
- *Supplier* diperlukan untuk **memberikan masukan** tentang material apa yang cocok dan apakah *supplier* tersebut nantinya bisa memasok material yang dibutuhkan.
- Beberapa manfaat yang diperoleh antara lain **penghematan biaya material, peningkatan kualitas dan kecocokan material** dengan rancangan yang dibuat, serta **pengurangan waktu perancangan** maupun waktu manufaktur

# Keterlibatan *Supplier* dlm Pengembangan Produk Baru

- Menurut Handfield & Nichols (2002), tidak semua supplier perlu dilibatkan secara dini dalam perancangan produk baru.
- *Supplier* untuk item-item yang kompleks dan kritis perlu **dilibatkan sejak awal**
- *Supplier-supplier* untuk material atau **komponen yang sederhana** dan relatif standar bisa **dilibatkan hanya pada fase-fase akhir** perancangan produk.
- *Supplier* perlu **dilibatkan lebih awal apabila** mereka **punya keahlian** yang bisa **memberikan masukan yang berarti** dalam pengembangan produk baru.



# Keterlibatan *Supplier* dlm Pengembangan Produk Baru

- Karena integrasi *supplier* penting dalam pengembangan produk baru, perusahaan yang bersaing atas dasar inovasi juga perlu menggunakan sejumlah kriteria lain dalam pemilihan *supplier* antara lain:
  - Kemampuan dan kemauan *supplier* untuk berpartisipasi dalam proses perancangan termasuk untuk mencapai kesepakatan tentang isu-isu hak kekayaan intelektual dan hal-hal yang bersifat rahasia
  - Kemauan *supplier* untuk memberikan komitmen waktu, tenaga (staff) maupun sumber daya lain yang diperlukan dalam perancangan produk baru

# *E-Procurement*

- **Pengertian Electronic Procurement**

- *Electronic procurement* atau *e-procurement* merupakan aplikasi internet untuk kegiatan pengadaan yang memungkinkan sebuah perusahaan bisa memiliki katalog elektronik yang bisa mengakses berbagai data *supplier* dan barang yang bisa dipasok

- **Aplikasi E-Procurement**

Beberapa jenis aplikasi e-procurement secara umum:

- *E-catalogue*, memfasilitasi perusahaan kemudahan untuk mendapatkan informasi tentang produk atau jasa yang diinginkan
- *E-auction*, memfasilitasi kebutuhan yang membantu proses lelang
- *Business to business (B2B) market exchange*, memfasilitasi beberapa pembeli dan beberapa penjual bertemu secara virtual
- *B2B private exchange*, memfasilitasi proses transaksi rutin dengan *supplier*

# *E Procurement*

- **Keuntungan *E-Procurement***

- Proses-proses administratif bisa dilangsungkan lebih cepat, akurat, dan murah
- Perusahaan yang menggunakan sistem lelang bisa mendapatkan keuntungan berupa harga yang jauh lebih murah
- Perusahaan bisa mendapatkan calon-calon *supplier* yang lebih banyak dari berbagai tempat
- Perusahaan maupun *supplier* bisa melacak transaksi maupun proses-proses fisik (contoh: pengiriman)
- Pihak perusahaan maupun *supplier* bisa melakukan proses-proses tersebut dari mana saja

# *E Procurement*

- **Beberapa cara Melakukan Proses Pembelian**
  - Melalui proses tender:
    - Cara ini dilakukan jika item yang dibeli merupakan kebutuhan yang berulang
  - Melalui pembelian rutin:
    - Cara yang dilakukan karena ketidakmungkinan untuk melakukan pengiriman PO langsung ke *supplier*