

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dewasa ini dunia bisnis telah menjadi sensitif terhadap waktu dan persaingan. Agar bisa bertahan ditengah persaingan yang semakin ketat, hal utama yang perlu diperhatikan oleh perusahaan adalah bagaimana memenuhi permintaan *customer*. Untuk mewujudkan hal tersebut, perusahaan perlu di dukung oleh komponen-komponen yang mempengaruhi kinerja perusahaan. Komponen yang dimaksud tidak hanya komponen dari dalam perusahaan itu sendiri melainkan juga dari luar perusahaan misalnya *supplier*, distributor dan *retailer* yang membentuk suatu rantai yang disebut *supply chain*.

Inti dari *Supply Chain Management* adalah adanya sinkronisasi dan koordinasi ke arah hulu dan hilir. Hal ini mutlak dilakukan untuk menjaga efektifitas suatu *supply chain* yang dibangun. Aliran informasi dan koordinasi diantara *trading partners* haruslah berjalan dengan baik. Kelemahan pada aliran informasi dan koordinasi tersebut seringkali menimbulkan distorsi informasi yang salah satunya berupa terjadinya amplifikasi permintaan yang semakin besar pada *upstream channel* dibandingkan *downstream channel* yang dinamakan dengan fenomena *bullwhip effect* (Pujawan dan Mahendra, 2010).

Lebih tepatnya *bullwhip effect* mendistorsi informasi permintaan dari mata rantai yang bawah (*end customer*) ke rantai di atasnya, hal ini dikarenakan kesalahan dari interpretasi data permintaan di tiap-tiap rantai distribusi dan kesalahan informasi yang diterima. Kesalahan ini terjadi karena perbedaan jumlah permintaan yang diterima perusahaan dengan jumlah yang dibutuhkan oleh pasar. Jumlah permintaan yang diterima oleh perusahaan dari tiap-tiap ritel berbeda dengan jumlah yang dibutuhkan oleh pasar atau konsumen, kesalahan ini disebut *bullwhip effect* (Fajar,2012).

Ardhie Putra Furniture merupakan pelaku *supply chain* yang menempati posisi sebagai retailer dengan mengambil barang melalui distributor untuk dijual kepada konsumen tingkat akhir. Ardhie Putra Furniture menjual berbagai macam produk rumah tangga terutama *springbed* dengan berbagai merek seperti *Kyodo*, *Bigland*, *Central*, *American*, *Elite* dan *Indohome*. Dalam hal ini, Ardhie Putra Furniture memiliki kesenjangan atau mengalami distorsi informasi pada data *order* ke distributor dan data penjualan ke konsumen seperti pada Tabel 1.1 sebagai berikut.

Tabel 1.1 Kesenjangan Antara Data Order dan Data Penjualan Springbed di Ritel Ardhie Putra Furniture Tahun 2018

Bulan	Kyodo			Bigland			Central			American			Elite			Indohome		
	order (unit)	jual (unit)	gab (%)	order (unit)	jual (unit)	gab (%)	order (unit)	jual (unit)	gab (%)	order (unit)	jual (unit)	gab (%)	order (unit)	jual (unit)	gab (%)	order (unit)	jual (unit)	gab (%)
Januari	5	3	40	3	5	-66	7	10	-42	15	12	20	2	2	0	10	12	-20
Februari	7	5	28	5	8	-60	10	7	30	10	14	-40	5	3	40	13	8	38
Maret	5	6	-20	4	4	0	5	8	-60	17	10	41	4	5	-25	9	9	0
April	3	2	33	6	3	50	5	5	0	12	10	16	2	1	50	8	10	-25
Mei	6	3	50	4	4	0	8	7	12	13	11	15	4	2	50	11	7	36
Juni	10	12	-20	15	10	33	14	9	35	20	17	15	9	6	33	17	11	35
Juli	4	4	0	7	7	0	6	6	0	9	8	11	6	4	33	10	6	40
Agustus	4	6	-50	8	5	37	7	4	42	11	7	36	4	4	0	13	5	61
September	2	3	-50	5	3	40	4	6	-50	15	9	40	1	1	0	7	4	42
Oktober	3	2	33	4	5	-25	6	7	-16	10	8	20	2	3	-50	9	7	22
November	7	7	0	9	6	33	12	8	33	15	13	13	5	5	0	12	2	83
Desember	19	11	42	17	12	29	14	8	42	25	15	40	10	4	60	22	12	45

Sumber : Data Ritel Ardhie Putra Furniture

Ketidakakuratan atau kesenjangan (*gab*) yang terjadi pada data *order* dan data penjualan tiap produk *springbed* yang dijual oleh ritel Ardhie Putra Furniture memiliki nilai yang berbeda. Presentase kesenjangan (*gab*) yang terdapat pada tabel 1.1 memperlihatkan dominan untuk nilai *plus* (+) daripada nilai *minus* (-). Nilai plus (+) yang terdapat pada tabel 1.1 bermakna bahwa ritel memesan (*order*) *springbed* melebihi dari jumlah penjualan sehingga terjadi penimbunan stok pada inventori. Seperti pada produk *springbed Indohome* yang mengalami kesenjangan sebesar 83% dimana jumlah penjualan rendah sedangkan ritel tetap memesan stok dengan jumlah tetap atau bahkan lebih sehingga terjadi penimbunan stok. Ketika pemesanan produk, terjadi *leadtime* selama 8 hari hingga barang sampai pada ritel. Dari uraian tersebut, maka penelitian ini melakukan identifikasi penyebab terjadinya *bullwhip effect* serta memberikan usulan perbaikan agar ritel dapat mengelola inventori dengan baik.

1.2 Identifikasi Masalah

Ritel Ardhie Putra Furniture merupakan pelaku *supply chain* yang menjual produk *furniture* terutama *springbed* kepada konsumen akhir (*end-user*). Produk *springbed* yang dijual oleh ritel Ardhie Putra Furniture diantaranya yaitu *Kyodo, Bigland, Central, American, Elite* dan *Indohome*. Namun terdapat suatu masalah yaitu jumlah order dan jumlah penjualan yang tidak seimbang. Dalam penelitian ini yang akan dibahas adalah permasalahan yang terjadi pada rantai pasok untuk setiap produk *springbed* yang mengalami *bullwhip effect*. Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul : **ANALISA BULLWHIP EFFECT DALAM MANAJEMEN RANTAI PASOK PADA PRODUK SPRINGBED DI RITEL ARDHIE PUTRA FURNITURE**

1.3 Rumusan Masalah

Terjadinya distorsi informasi dari *downstream channel* ke *upstream channel* mengakibatkan terjadinya *bullwhip effect* pada masing-masing tingkatan *supply chain*. Keberadaan *bullwhip effect* akan menyebabkan inefisiensi pada suatu *supply chain*. Karena adanya distorsi informasi dan ketidaksesuaian antara jumlah pemesanan dan penjualan dari ritel ke distributor dan ritel ke pelanggan akhir, maka muncul beberapa permasalahan, antara lain :

1. Bagaimana nilai tertinggi untuk *bullwhip effect* pada setiap produk *springbed* di ritel ardhie putra furniture ?
2. Apa saja faktor-faktor yang mengakibatkan *bullwhip effect* pada produk *springbed* di ritel ardhie putra furniture ?

3. Bagaimana cara untuk melakukan perbaikan dari masalah *bullwhip effect* yang terjadi pada produk springbed di ritel ardhie putra furniture ?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

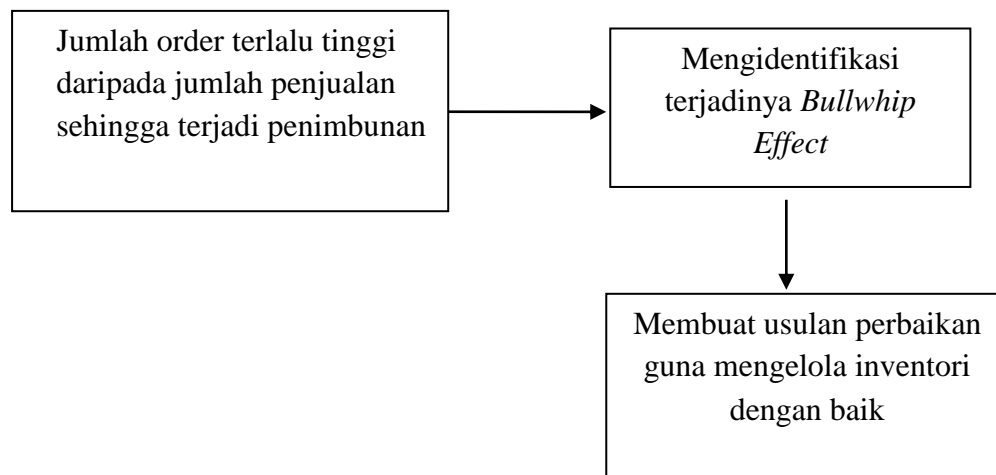
1. Untuk mengetahui nilai tertinggi *bullwhip effect* pada setiap produk springbed di ritel ardhie putra furniture
2. Untuk mengidentifikasi faktor-faktor apa saja yang mengakibatkan *bullwhip effect* pada produk *springbed* di ritel ardhie putra furniture
3. Untuk membuat usulan guna mengatasi kondisi *bullwhip effect* pada produk *springbed* di ritel ardhie putra furniture

1.5 Batasan Penelitian

Untuk memudahkan peneliti dalam melakukan penelitian maka perlu adanya batasan masalah sehingga tercapai tujuan dari penelitian tersebut. Adapun batasan masalah dalam penelitian tugas akhir ini adalah :

- a. Data yang digunakan adalah data tahun 2018.
- b. Produk yang diteliti adalah 6 merk springbed *Yaitu Kyodo, Bigland, Central, American, Elite, dan Indohome.*

1.6 Kerangka Berpikir



Gambar 1.1 Kerangka Berpikir

1.7 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dapat diperoleh dari pelaksanaan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Penulis

Memperoleh kesempatan untuk mencoba mengaplikasikan ilmu yang diperoleh dari perkuliahan khususnya yang berkaitan dengan *Supply Chain Management* pada industri nyata.

2. Bagi Akademik

Khususnya dilingkup Program Studi Teknik Industri Institut Teknologi Nasional Malang diharapkan dapat menjadi salah satu referensi bagi yang berminat untuk mengetahui hal-hal yang menjadi masalah dalam *Supply Chain*.

3. Bagi Ritel Ardhie Putra Furniture :

- a. Ritel dapat mengetahui konsep *bullwhip effect* serta kerugian-kerugian yang ditimbulkan oleh adanya *bullwhip effect* tersebut.
- b. Ritel dapat mengetahui besarnya *bullwhip effect* yang ada pada ritel dan *supply chain* pendukungnya serta faktor-faktor yang menjadi penyebab terjadinya *bullwhip effect*.
- c. Dengan mengetahui besarnya *bullwhip effect* yang ada pada *supply chain* saat ini dan faktor-faktor yang menjadi penyebabnya, maka ritel akan dapat membuat kebijaksanaan untuk mengurangi adanya *bullwhip effect* pada *supply chain*.