

## INTEGRASI SUPPLY CHAIN DAN KINERJA PERUSAHAAN MANUFACTURING DAN LOGISTIK PASCA PANDEMI COVID 19

**Evyana Diah Kusumawati<sup>1\*</sup>, Karjono<sup>1</sup>**

<sup>1</sup>Program Studi Ketatalaksanaan Pelayaran Niaga,  
Politeknik Bumi Akpelni, Jl. Pawiyatan Luhur II No. 17, Bendan Duwur,  
Kec. Gajahmungkur, Kota Semarang, Jawa Tengah 50235

\*Email : evy@akpelni.ac.id

### **Abstrak**

Dukungan Supply Chain Management (SCM) dibutuhkan dalam proses penciptaan nilai bagi jejaring bisnis juga peningkatan efisiensi dan efektivitas operasi bisnis internal. Integrasi supply chain untuk penyediaan barang dan jasa sangat diperlukan bagi sektor industri kreatif, untuk meningkatkan daya saing industri yang akan berdampak terhadap kinerja usaha. Tujuan dari kajian ilmiah ini adalah : mengetahui strategi rantai pasok untuk mengurangi gangguan di masa mendatang (pasca Covid ), untuk mengetahui kebutuhan bagi perusahaan manufacturing logistik dan untuk mengetahui adanya integrasi yang tidak stabil dari proses dan mitra dalam rantai pasokan. Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah dengan observasi, wawancara dan kepustakaan. Strategi supply chain dapat menerapkan dan berfokus pada lean inventories and replenishment untuk mengurangi produksi maupun pemenuhan demand apabila terjadi shortage. Pelaku industri logistik yang mengandalkan customer korporasi akan mengalami penurunan bisnis. Pelaku bisnis manufacturing dan logistik perlu menata ulang pelayanan terhadap customer. Supply chain integrasi mengubah jaringan mitra dan operasi yang kompleks dan beragam menjadi function ecosystem seperti pada suatu jaringan rantai pasok yang perlu disesuaikan dengan kebutuhan pasar tetapi harus meminimalisasi biaya. Kesimpulan yang dapat diambil adalah strategi dalam meningkatkan produksi dalam negeri, menumbuhkan lapangan pekerjaan serta memperkecil ketergantungan negara pada resource tertentu.

**Kata kunci** : integrasi, supply chain, kinerja

### **Abstract**

*Supply Chain Management (SCM) support is needed in the process of creating value for business networks as well as increasing the efficiency and effectiveness of internal business operations. Supply chain integration for the supply of goods and services is urgently needed for the creative industry sector, to increase industrial competitiveness which will have an impact on business performance. The purpose of this scientific study is: to find out the supply chain strategy to reduce future (Post-Covid) disruptions, to find out the needs of logistics manufacturing companies, and to find out the unstable integration of processes and partners in the supply chain. The method used to collect data is observation, interviews, and literature. A supply chain strategy can apply and focus on lean inventories and replenishment to reduce production and fulfill demand in the event of a shortage. Logistics industry players who rely on corporate customers will experience a decline in business. Manufacturing and logistics businesses need to reorganize services to customers. Supply chain integration transforms a*

*complex and diverse network of partners and operations into an ecosystem function such as a supply chain network that needs to be adapted to market needs but must minimize costs. The conclusions that can be drawn are strategies to increase domestic production, grow jobs and reduce the country's dependence on certain resources.*

**Keywords:** *Integration, Supply Chain, Performance*

## **PENDAHULUAN**

Integrasi *Supply chain management* semakin menjadi penting diantara perusahaan *manufaktur* terutama di negara berkembang . Integrasi yang tidak terkontrol secara teratur dari proses dan mitra dalam rantai pasokan dapat menyebabkan kinerja operasional yang buruk dari perusahaan *manufaktur*. Disisi lain integrasi berbagai aspek rantai pasokan telah membantu meningkatkan kinerja perusahaan *manufaktur*. Hal ini menunjukkan bahwa ada kebutuhan bagi perusahaan manufaktur untuk mengintegrasikan internal dan eksternal mereka. Aktivitas *Supply chain management* agar tetap kompetitif. Pada SCM proses bisnis membantu mengurangi biaya dan meningkatkan daya saing perusahaan manufaktur. Dengan harapan mengurangi biaya operasi bisnis. Sangat penting untuk menilai peran Proses Bisnis dalam meningkatkan integrasi rantai pasokan dan kinerja perusahaan di era Pasca Covid-19. Pandemi Covid-19 yang terjadi secara global sangat berdampak terhadap beberapa sektor terutama pada sektor ekonomi. Dampak yang terjadi pada sektor perekonomian ini tidak hanya dirasakan secara domestik, melainkan juga dirasakan secara global baik terhadap sektor pariwisata, sektor perdagangan, maupun sektor industri termasuk para Pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia. Dukungan Supply Chain Management (SCM) dibutuhkan dalam proses penciptaan nilai bagi jejaring bisnis juga peningkatan efisiensi dan efektivitas operasi bisnis internal. Dalam hal ini persaingan bisnis yang kompetitif menuntut perusahaan agar menerapkan strategi bisnis yang tepat dalam menghadapi lingkungan bisnis yang

bergejolak ditunjukkan dengan proses inovasi yang berkelanjutan dan tingkat perubahan selera konsumen yang tinggi.

Dalam prakteknya, penerapan manajemen pasokan (SCM) diadopsi secara luas dalam organisasi perusahaan karena perusahaan memahami manfaat dari bermitra dengan para pemasok. Karena organisasi perlu lebih fokus pada bisnis inti, maka mereka mencari mitra yang dapat menyediakan bahan berkualitas tinggi dengan biaya rendah daripada memiliki sumber daya sendiri. Ini merupakan hal penting bagi organisasi untuk mengelola jaringan pasokan (*network of supply*) untuk dapat mengoptimalkan kinerja pada perusahaan secara keseluruhan dan juga menyelaraskan saluran permintaan keseluruhan untuk memastikan pengiriman yang efektif atas produk yang dihasilkan. Hal ini akan mengakibatkan organisasi harus bekerja sama dengan pemasoknya untuk mendapatkan dukungan yang maksimal supaya dapat meningkatkan daya saing pasarnya.

Integrasi *supply chain* mempunyai pengaruh terhadap kinerja perusahaan, dimana penerapan dan praktik integrasi *supply chain* untuk penyediaan barang dan jasa justru yang sangat diperlukan bagi sektor industri kreatif, untuk meningkatkan daya saing industri yang akan berdampak terhadap kinerja usaha. Integrasi *supply chain* merupakan sesuatu yang sangat kompleks dimana banyak ditemui kendala dalam pelaksanaannya, sehingga dalam pelaksanaannya memerlukan tahapan mulai dari tahap perencanaan sampai tahap evaluasi dan continuous improvement. Selain itu, penerapan *supply chain management* sangat diperlukan adanya dukungan dari berbagai pihak mulai dari

internal dalam hal ini seluruh manajemen puncak dan juga dari pihak eksternal, dalam hal ini seluruh partner yang ada. Pelaku industri mulai menyadari bahwa untuk menyediakan produk yang murah, berkualitas dan cepat, pembenahan internal di perusahaan manufaktur dan jasa tidak cukup. partisipasi pemasok, perusahaan industri kreatif dan jaringan distributor sangat diperlukan. Kesadaran akan adanya produk murah, cepat dan berkualitas tinggi ini dapat diambil alih dalam konsep SCM baru.

Dalam hal ini, maka perlu dikaji sejauh mana integrasi *supply chain* dan kinerja perusahaan *manufacturing* dan logistik pasca pandemi covid 19.

Tujuan pembahasan masalah

1. Untuk mengetahui strategi rantai pasok untuk mengurangi gangguan di masa mendatang (pasca Covid )
2. Untuk mengetahui kebutuhan bagi perusahaan *manufacturing* dan logistik
3. Untuk mengetahui adanya integrasi yang tidak stabil dari proses dan mitra dalam rantai pasokan

## **METODE**

### **1. Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metodologi dengan pendekatan kualitatif, dimana pendekatan mempunyai karakteristik alami sebagai sumber data secara langsung dan deskriptif. Dari pendekatan dan jenis data yang digunakan, maka akan menghasilkan data deskriptif dalam bentuk kata-kata yang mampu menghaslkan fenomena-fenomena pada suatu subjek yang ingin diteliti secara mendalam.

### **2. Subyek Penelitian**

Dalam subyek penelitian ini, populasi targetnya adalah pelaku usaha.

### **3. Teknik pengumpulan data**

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan observasi (pengamatan), studi pustaka dan interview (wawancara).

### **4. Analisis Data**

Dalam analisis data, setelah data terkumpul semua, maka langkah selanjutnya adalah melakukan pengolahan dan analisa data. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan bentuk metode deskriptif kualitatif. Dimana metode deskriptif merupakan suatu metode dalam membuat gambaran secara sistematis tentang hubungan fenomena yang diselidiki, hasilnya tidak dinyatakan dengan angka dan tidak pula untuk menguji hipotesis.

## **LANDASAN TEORI INTEGRASI**

Menurut Dr. Nazaruddin Sjamsuddin bahwa integrasi diartikan dengan sebuah proses tentang suatu penyatuan terhadap bangsa yang terdiri dari semua aspek kehidupan, mulai dari aspek politik, aspek ekonomi, aspek budaya, dan aspek sosial. Sedangkan menurut Safroedin Bahar menyatakan bahwa integrasi adalah cara untuk menyempurnakan suatu jalan atau tujuan dengan cara menyatukan setiap unsur bangsa yang sudah mulai terpisah-pisah. Integrasi yang kuat tidak terbentuk begitu saja, tetapi ada faktor-faktor dibelakangnya. Apabila faktor-faktor ini bisa berjalan dengan baik, maka keberhasilan integrasi kemungkinan bisa tercapai. Faktor yang bisa membentuk integrasi salah satunya adalah meningkatkan komunikasi dan transportasi pada setiap daerah. Hal ini wajib dilakukan agar setiap daerah bisa terhubung dengan mudah, sehingga komunikasi masyarakat daerah yang berbeda wilayah bisa berjalan dengan optimal dan perekonomian menjadi lebih mudah. Ekonomi yang semakin tumbuh dengan mudah akan meningkatkan kesejahteraan bagi anggota masyarakat itu sendiri.

Selain itu, pembangunan komunikasi dan transportasi pada setiap daerah, sebaiknya dilakukan secara merata, bukan hanya daerah-daerah tertentu saja yang merasakan pembangunan tersebut. Dengan pembangunan yang merata, maka tidak akan ada kesenjangan sosial antar wilayah yang

satu dengan yang lainnya, sehingga integritas nasional bisa terwujud. Dalam membentuk integrasi dibutuhkan kerja sama antara anggota masyarakat yang ada di wilayah yang sama dan anggota masyarakat di wilayah yang berbeda. Terlebih lagi, peran pemerintahan untuk membentuk integritas sangat berpengaruh terutama dalam melayani dan membuat peraturan atau Undang-Undang.

Dengan demikian, integritas yang dibentuk oleh anggota masyarakat dan pemerintahan, manfaatnya akan dirasakan juga oleh anggota masyarakat dan pemerintahan juga. Jadi, jangan pernah tunda untuk membangun atau membentuk integritas.

## SUPPLY CHAIN

Manajemen Rantai Pasok (*Supply Chain Management* – SCM) dewasa ini menjadi bidang yang sangat penting dalam dunia bisnis karena fungsi supply chain ini terkait langsung dengan daya saing perusahaan. Dalam dua dekade terakhir kesadaran akan pentingnya SCM di berbagai perusahaan semakin terlihat. Indikasinya adalah banyak perusahaan yang memunculkan posisi baru seperti *Supply Chain Analyst*, *Supply Chain Manager*, *Supply Chain Director* atau nama jabatan lain seperti *Logistics Manager*, *Distribution Manager*, dll. Dengan perkembangan dunia digital dewasa ini, praktek *Supply Chain Management* juga banyak berubah. Perusahaan yang ingin menang dalam persaingan harus menyiapkan tenaga profesional yang mampu memahami bagaimana mengelola *supply chain* di era digital dewasa ini. (Zabidi, Y. (2001). Secara umum supply chain merupakan suatu sistem tempat organisasi menyalurkan barang produksi dan jasanya kepada pelanggannya. Rantai ini juga merupakan jaringan dari berbagai organisasi yang saling berhubungan dan mempunyai tujuan sama, yaitu sebaik mungkin menyelenggarakan pengadaan dan penyaluran barang. (Indrajit, R.E dan Djokopranoto, R, 2002).

Salah satu faktor kunci untuk mengoptimalkan supply chain adalah dengan menciptakan alur informasi yang bergerak secara mudah dan akurat diantara jaringan atau mata rantai tersebut, dan pergerakan barang yang efektif dan efisien yang menghasilkan kepuasan maksimal pada para pelanggan (Indrajit dan Djokopranoto, 2003). Dengan tercapainya koordinasi dari rantai supply perusahaan, maka tiap channel dari rantai supply perusahaan tidak akan mengalami kekurangan barang juga tidak kelebihan barang terlalu banyak. Menurut Indrajit dan Djokopranoto (2003) dalam supply chain ada beberapa pemain utama yang merupakan perusahaan-perusahaan yang mempunyai kepentingan didalam arus barang, para pemain utama itu adalah:

1. Supplier
2. Manufacturer
3. Distributor / wholesaler
4. Retail outlets
5. Customers

Manajemen rantai pasokan atau Supply chain management adalah penanganan seluruh aliran produksi barang atau jasa — mulai dari komponen mentah hingga pengiriman produk akhir ke konsumen. Sebuah perusahaan menciptakan jaringan pemasok (“links” in the chain) yang memindahkan produk dari pemasok bahan mentah ke organisasi yang berhubungan langsung dengan pelanggan.

Pelaksanaan Manajemen rantai pasokan, diantaranya :

### 1. Perencanaan

Merencanakan dan mengelola semua sumber daya yang diperlukan untuk memenuhi permintaan pelanggan akan produk atau layanan perusahaan. Ketika rantai pasokan ditetapkan, tentukan metrik untuk mengukur apakah rantai pasokan itu efisien, efektif, memberikan nilai kepada pelanggan dan memenuhi tujuan perusahaan.

### 2. Pemasok

Pilih pemasok untuk menyediakan barang dan jasa yang dibutuhkan untuk

menciptakan produk. Kemudian, buat proses untuk memantau dan mengelola hubungan pemasok. Proses utama meliputi: pemesanan, penerimaan, pengelolaan inventaris, dan otorisasi pembayaran pemasok.

### 3. Manufaktur

Mengatur kegiatan yang diperlukan untuk menerima bahan baku, membuat produk, menguji kualitas, paket untuk pengiriman dan jadwal pengiriman.

### 4. Pengiriman dan Logistik

Mengkoordinasikan pesanan pelanggan, menjadwalkan pengiriman, mengirim muatan, menagih pelanggan, dan menerima pembayaran.

### 5. Returning

Buat jaringan atau proses untuk mengambil kembali produk yang cacat, berlebih, atau tidak diinginkan.

Sistem manajemen rantai pasokan yang efektif meminimalkan biaya, pemborosan, dan waktu dalam siklus produksi. Standar industri telah menjadi rantai pasokan tepat waktu di mana penjualan eceran secara otomatis memberi sinyal pesanan pengisian ulang kepada produsen. Rak ritel kemudian dapat diisi kembali hampir secepat produk dijual. Salah satu cara untuk lebih meningkatkan proses ini adalah dengan menganalisis data dari mitra rantai pasokan untuk melihat di mana perbaikan lebih lanjut dapat dilakukan.

Manajemen rantai pasokan yang efektif meningkatkan nilai pada siklus rantai pasokan: mengidentifikasi masalah potensial, mengoptimalkan harga secara dinamis, meningkatkan alokasi persediaan. Rantai pasokan adalah "wajah" bisnis yang paling jelas bagi pelanggan dan konsumen. Semakin baik dan efektif manajemen rantai pasokan perusahaan, semakin baik pula reputasi bisnis dan keberlanjutan jangka panjangnya terlindungi.

## KINERJA

Secara umum kinerja (performance) didefinisikan sebagai tingkat keberhasilan

seseorang dalam melaksanakan pekerjaannya. Robbins (2001) menjelaskan bahwa kinerja merupakan suatu hasil yang dicapai oleh pekerjaan dalam pekerjaannya menurut kriteria tertentu yang berlaku untuk suatu pekerjaan. Byar dan Rue (1984) mendefinisikan kinerja merupakan derajat penyelesaian tugas yang menyertai pekerjaan seseorang. Kinerja adalah yang merefleksikan seberapa baik seseorang individu memenuhi permintaan pekerjaan. Dari definisi tersebut dapat dinyatakan bahwa kinerja karyawan merupakan suatu bentuk kesuksesan seseorang untuk mencapai peran atau target tertentu yang berasal dari perbuatannya sendiri. Kinerja seseorang dikatakan baik apabila hasil kerja individu tersebut dapat melampaui peran atau target yang ditentukan sebelumnya. Menurut A. A. Prabu Mangkunegara dalam bukunya *Evaluasi Kinerja SDM* (2005) manajemen kinerja merupakan proses perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengendalian terhadap pencapaian kinerja dan dikomunikasikan secara terus menerus oleh pimpinan kepada karyawan, antara karyawan dengan atasannya langsung.

## MANUFACTURING

Manufaktur berasal dari kata Latin manu factum yang artinya dibuat dengan tangan. Manufaktur adalah proses produksi untuk menghasilkan produk-produk fisik. Dalam pengertian sempit, manufaktur adalah proses mengkonversikan bahan baku menjadi produk-produk fisik melalui serangkaian kegiatan yang membutuhkan energi yang masing-masing menciptakan perubahan pada karakteristik fisik atau kimia dari bahan tersebut.

Perusahaan manufaktur (manufacturing bussines) adalah perusahaan yang kegiatannya membeli bahan baku kemudian mengolah bahan bakudengan mengeluarkan biaya-biaya lain menjadi barang jadi yang siap untuk di jual.

Manufaktur sebagai serangkaian operasi dan kegiatan yang saling

berhubungan yang meliputi perancangan (design), pemilihan bahan(material selection), perencanaan (planning), pembuatan (manufacturing), penjaminan mutu (quality assurance), serta pengelolaan dan pemasaran produk-produk ( management and marketing of product).

## LOGISTIK

Logistik bisa diartikan dengan proses perencanaan, implementasi dan kontrol yang efisien, alur yang efektif dan penyimpanan barang dan jasa, dan seluruh informasi terkait dari suatu titik asal menuju titik konsumsi demi memenuhi kebutuhan pelanggan. Dimana definisi ini mengikutsertakan inbound, outbound, pergerakan internal dan eksternal, dan return of materials untuk tujuan yang bersifat environmental. Logistik berperan efektif dalam persaingan yang secara luas diakui sebagai suatu kinerja pelayanan pelanggan yang unggul. Pencapaian nilai logistik berdasarkan layanan berkualitas tinggi dan pengendalian biaya adalah dimensi penting dari suatu bisnis yang berfokus pada peningkatan perilaku pembelian konsumen (Bowersox, D.J., dkk., 1999).

Peran logistik saat ini telah meluas bukan hanya sekadar memindahkan produk jadi dan bahan, tetapi juga menciptakan keunggulan kompetitif dengan memberikan layanan yang memenuhi permintaan konsumen. Memiliki jasa logistik yang kompetitif sangatlah penting bagi Indonesia dalam upaya membangun konektivitas nasional dan internasional (Salim, Z., 2015, Chapman, et al., 2002). Sektor jasa logistik merupakan sektor yang vital karena perannya dalam mendistribusikan barang dan jasa, mulai dari ekstraksi bahan baku, proses produksi, pemasaran, sampai barang dan jasa tersebut sampai di tangan konsumen (Salim, Z., 2015:147-148).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Strategi rantai pasok untuk mengurangi gangguan dimasa mendatang (pasca Covid).

Strategi untuk pemulihan rantai pasok beberapa faktor demand and supply, mengalami guncangan akibat perang dagang beberapa negara serta kehadiran covid 19. Hal ini mengakibatkan produsen memaksa untuk meninjau kembali rantai pasok mereka. Pemerintah dan para pelaku ekonomi perlu menciptakan strategi dalam meningkatkan produksi dalam negeri, menumbuhkan lapangan pekerjaan serta memperkecil ketergantungan negara pada resource tertentu. Strategi supply chain dapat menerapkan dan berfokus pada *lean inventories and replenishment* untuk mengurangi produksi maupun pemenuhan *demand* apabila terjadi *shortage*.

Hal pertama yang harus dilakukan adalah memetakan jaringan rantai pasok yang dimiliki perusahaan bertujuan mengidentifikasi sumber bahan secara langsung atau tidak langsung. Target atau tentukan seberapa cepat disrupsi pada rantai pasok tersebut dapat pulih dari gangguan atau digantikan dengan alternatif lain. Hal lain yang dapat dilakukan meminimalisir faktor resiko dengan cara mendiversifikasi supply serta menyimpan bahan penting. Untuk mempermudah proses, baik proses produksi manajemen perusahaan dapat meningkatkan pemanfaatan teknologi seperti otomatisasi lean manufacturing atau solusi digital lainnya. Solusi diatas pada akhirnya dapat menurunkan biaya jangka panjang dan meningkatkan fleksibilitas bisnis dalam menghadapi resiko-resiko dimasa mendatang.

Tertutupnya logistik yang berkelanjutan dan kekurangan komoditas serta tenaga kerja di berbagai perusahaan setelah pasca harus dapat dilewati, dimana hal ini yang akan menyadarkan dunia bahwa rantai pasok global tidak sekuat yang diharapkan sehingga menjadi taruhan masa depan. Sejak pandemi dimula, berbagai perusahaan telah menerapkan teknologi

manajemen risiko rantai pasokan daripada teknologi lainnya untuk meningkatkan kinerja rantai pasokan. Dengan adanya teknologi Manajemen risiko harus menjadi perhatian utama, baik dengan integrasi orang, proses, dan teknologi.

Seperti yang kita ketahui era covid 19 guncangan pasokan bahan mentah dan barang setengah jadi serta perubahan permintaan berakibat rantai pasok dunia mengalami stuck, sehingga berakibat *shortage*. Dari kejadian tersebut, kita dapat melihat banyak hal yang akan berubah. Konsumen akan menginginkan harga rendah terutama pada resesi dunia. Sedangkan perusahaan menyesuaikan perkembangan harga pasar akibat perubahan *supply demand* untuk memenangkan persaingan. Terdapat beberapa faktor yang bisa mempengaruhi rantai pasokan global tidak hanya logistik yang terhambat namun, supply bahan baku, tenaga kerja menjadikan permasalahan rantai pasok. Tantangan utama perusahaan di era pandemi ini adalah membuat lebih tangguh rantai pasok tanpa melemahkan daya saing. Untuk menghadapi tantangan tersebut pelaku usaha wajib memahami kerentanan kemudian mempertimbangkan beberapa langkah sebagai berikut :

1. Mengatur persediaan alternatif. Jika pemasok utama tidak lagi memenuhi permintaan, pelaku industri harus menentukan perkiraan atau estimasi berapa banyak stock tambahan untuk menjaga ketersediaan bahan baku, dalam bentuk apa dan posisinya dalam nilai supply chain. Persediaan cadangan memang memiliki resiko keusangan dan berpengaruh pada *value financial*. Hal ini bertentangan dengan praktek just in time replenishment and lean inventory, namun strategi penghematan kebijakan mengenai pasokan masih dipertimbangkan dengan baik dan segala potensi lainnya, seperti berkurangnya pendapatan akibat *shortage item*, adanya harga yang lebih tinggi yang harus dibayar untuk

bahan yang sama dan waktu yang diperlukan untuk mengamankan stock.

2. Memanfaatkan inovasi terhadap proses bisnis dan operasional. Beberapa langkah yang akan diambil ketika perusahaan memindahkan bagian dari rantai pasok secara bersamaan ataupun melakukan strategi in house production. Menyiapkan inovasi proses merupakan perbaikan yang berpeluang besar. Pemantauan rutinitas perusahaan serta meninjau kembali terhadap proses bisnis diperlukan dalam melakukan perubahan. Salah satu hal tantangan perusahaan dengan lini produksi sendiri adalah ketika aset mengalami depresiasi dimana manajemen lebih mempertahankan daripada berinvestasi yang lebih baru dan inovatif. Hal ini kerap terjadi karena biaya penyusutan tidak lagi sebagai pertimbangan dalam value produksi maupun biaya marginal dengan kapasitas yang lebih sesuai.

Pandemi covid 19 berakibat gejala ekonomi mengekspos banyak kelemahan pada rantai pasok dunia yang belum tentu dapat menghindari oleh pelaku industri. Kedepannya perusahaan perlu merefleksikan kelemahan dari segi bisnis maupun operasional, hal ini melihat dari sisi krisis kemudian meninjau kembali proses bisnis serta mengambil langkah untuk memitigasi kerentanan supply chain. Pada akhirnya perusahaan mengalami pressure akibat pandemi covid perlu melakukan strategi dalam membangkitkan visi misi untuk menjalankan operasional yang lebih efektif dan efisien serta mengembangkan bisnis secara masif.

### **Kebutuhan bagi perusahaan manufacturing dan logistik**

Wabah covid 19 berdampak besar terhadap bisnis logistik paling hulu, seperti industri manufacturing. Transportasi logistik yang menggunakan jalur laut turun dari 50%, hal ini berdampak pendapatan pelayaran

nasional mengalami penurunan 10-25%. Akibat dari anjloknya harga minyak dunia perusahaan harus melakukan efisiensi bahkan stop beroperasi. Pada sisi lain biaya yang harus dikeluarkan perusahaan pelayaran tidak berkurang bahkan cenderung bertambah seperti pembiayaan leasing dan sparepart yang menggunakan mata uang dolar. Banyak konsumen yang menunda sewa, hal tersebut membuat pemerintah mengambil jalan keluar stimulus untuk pelaku bisnis. Dari sektor pelayaran pemerintah memberikan dispensasi perpanjangan sertifikat kapal dan sertifikat kruing yang tidak berakibat aspek keselamatan. Wabah corona merubah perilaku konsumen yang pada akhirnya merubah C2C (*customer to customer*) mengalami peningkatan sebaliknya bisnis logistik B2C (*business to customer*) mengalami penurunan. Ini terjadi karena perubahan perilaku konsumen bergeser ke online untuk memenuhi kebutuhannya.

Sebelum pandemi produk fashion dan elektronik menjadi primadona berbalik era covid permintaan pengiriman produk kebutuhan meningkat. Perilaku konsumen tersebut harus diantisipasi oleh pelaku bisnis logistik. Konsumen menuntut penanganan dan pengiriman produk kebutuhan pokok lebih cepat tetapi juga murah. Wabah covid 19 memaksa masa depan talenta digital lebih cepat. Pelaku usaha dipaksa belajar lebih agresif dalam menghadapi perubahan perilaku konsumen dalam menggunakan teknologi modern. Perusahaan berbasis digital yang berorientasi konsumen saat ini tumbuh dengan pesat. Pelaku industri logistik yang mengandalkan customer korporasi akan mengalami penurunan bisnis. Pelaku bisnis manufacturing dan logistik perlu menata ulang pelayanan terhadap customer. Kedepannya pelaku bisnis logistik tidak lagi sekedar mengirim barang saja, tetapi harus menyiapkan diri berperan menjadi konsultan. Ada 2 hal yang harus dilakukan perusahaan manufacturing dan logistik dalam menghadapi pasca covid 19.

1. Perusahaan manufacturing dan logistik harus menerapkan teknologi informasi dan

menyiapkan talenta digital untuk memenuhi kenutuhan dan harus bisa menentukan konsumen potensial.

2. Pendekatan pelaku industri ke konsumen secara ekpektasi terhadap layanan logistik, akan bisa mengetahui keinginan pelanggan yang potensial, peningkatan interaksi dapat mengubah cara orang melakukan bisnis.

### **Teknik manajemen untuk mengoptimalkan kinerja dalam menciptakan distribusi dan dukungan produk akhir**

Supply chain integrasi mengubah jaringan mitra dan operasi yang kompleks dan beragam menjadi *function ecosystem* seperti pada suatu jaringan rantai pasok yang perlu disesuaikan dengan kebutuhan pasar tetapi harus meminimalisasi biaya. Ada 4 tujuan utama *supply chain integration* :

1. Meningkatkan waktu respon.

Pelaku usaha yang sukses tidak hanya menjual produk, customer service yang baik juga menjadikan pertimbangan dalam melayani dan memuaskan pelanggan. Kultur yang ada saat ini pelanggan bersifat sangat tidak sabar, Konsumen dominan membeli produk barang atau jasa dari perusahaan yang merespon pertanyaan lebih dulu. Brand bisnis tidak boleh kehilangan pelanggan, sebab mereka adalah sumber pendapatan atau *revenue*, maka penting untuk memastikan pelanggan selalu senang. Respon lambat sebaliknya akan meninggalkan persepsi buruk bagi setiap bisnis dimasa depan dan pelayanan yang tidak terjawab turut andil dalam *customer experience* yang kurang baik. Pelanggan akan meninggalkan siklus kita dan berlari ke kompetitor yang dapat menjawab pertanyaan lebih cepat. Berikut cara meningkatkan pelayanan CS dengan waktu respon cepat :

a. Mengotomatisasi respon

b. Menggunakan template jawaban

- c. Gunakan *lifechat*
  - d. Fokus pada akhir skenario percakapan dengan pelanggan
  - e. Prioritaskan *lead* yang menarik
2. Meningkatkan waktu produksi
- Proses produksi memegang peranan penting, perencanaan yang matang dan update berkala harus selalu dilakukan untuk menjawab kebutuhan konsumen yang selalu berubah-ubah. Beberapa hal yang harus diperhatikan dalam proses produksi yakni bahan, peralatan dan sumber daya manusia. Berikut beberapa hal yang harus diketahui dalam proses produksi :
- a. Terapkan metode *forecasting*, metode ini mewajibkan perusahaan memiliki kemampuan prediksi konsumen dengan cara melakukan dan mengikuti perkembangan trend yang ada serta memperhatikan data riwayat penjualan dan inventaris perusahaan. Hasilnya perusahaan tidak hanya mengetahui permintaan konsumen dari waktu ke waktu tetapi juga membantu mengontrol pengadaan barang dan mencegah kekurangan stock.
  - b. Memahami kapasitas produksi Untuk menghindari menurunnya kepuasan pelanggan dan potensi keuntungan perusahaan harus menjaga kapasitas produksi dengan menghitung produktifitas, kapasitas mesin dalam proses produksi.
  - c. Gunakan sistem perencanaan produksi otomatis Dalam industri manufacturing penggunaan teknologi berperan penting untuk mempercepat produksi. Perangkat lunak berfungsi sebagai sistem perencanaan produksi otomatis yang menjadwalkan proses produksi secara tepat waktu, seperti pencatatan informasi bahan baku dan jumlah tenaga kerja yang bisa diketahui secara otomatis.
  - d. Perhatikan bagian persediaan

Dalam industri manufacturing, istilah lean manufacturing, bertujuan untuk mengurangi jumlah pemborosan proses produksi. Perusahaan mampu mengontrol bagian persediaan agar proses produksi barang selalu menyesuaikan dengan permintaan konsumen sekaligus membantu memaksimalkan ruang penyimpanan.

- e. Tetapkan jadwal pemeliharaan mesin produksi. Untuk menghindari *production down time*, langkah penting yang sering diabaikan oleh perusahaan adalah pemeliharaan terhadap mesin produksi dan segala peralatan yang tidak berkala
3. Mengurangi biaya
- Biaya Supply chain adalah biaya yang mempunyai prosentasi cukup besar dari total harga penjualan suatu produk atau layanan. Ada beberapa strategi pengurangan biaya supply chain :
- a. Pemanfaatan aset  
Aset yang kurang dimanfaatkan seperti armada kendaraan fasilitas atau inventory menciptakan inefisiensi yang lebih tinggi.
  - b. *Sales and operation planning*.  
Beberapa hal yang menunjukkan masalah dengan proses *Sales and operation planning* terlalu sering insiden kehabisan stock, peningkatan penyimpanan dalam demnad plan, perubahan yang sering terjadi tidak sesuai dengan jadwal produksi.
  - c. *Managemen inventori*.  
Managemen inventory yang baik yang mencakup beberapa faktor seperti : rencana procuremnt, analisis kegagalan, dan strategi menanjemn bencana bisa menunjukkan potensi penghematan biaya.
  - d. Strategi transportasi  
Manajemen armada bisa menghindari resiko prediksi kerusakan peralatan untuk perbaikan aktifiats transportasi yang terdefinisi dengan baik, bisa mengurani

biaya dari layanan transportasi pengiriman sesuai dengan permintaan.

#### 4. Mengurangi waste (pada pemborosan produksi)

Waste adalah pemborosan pada kegiatan produksi dan tidak memiliki nilai tambah, hal tersebut akan membuat sumber daya manusia semakin tinggi dan sumber daya energi akan meningkat pada akhirnya semakin tidak efisien pada perusahaan. Salah satu cara mengurangi biaya waste dalam produksi dengan menggunakan *lean manufacturing* yang memiliki fungsi sebagai peningkatan produksi dan juga meminimalisir pemborosan yang terjadi. Ada beberapa hal jenis *waste* yang terdapat dalam proses produksi manufacture seperti : pemborosan transportasi, pemborosan stock barang, pemborosan pergerakan kegiatan sumber daya manusia, pemborosan waktu menunggu, pemborosan proses secara berlebihan, pemborosan produksi secara berlebihan, pemborosan kerusakan produk.

### KESIMPULAN

Penanganan atau strategi rantai pasok untuk mengurangi gangguan dimasa mendatang (pasca Covid ) yang diambil pemerintah salah satunya adalah strategi dalam meningkatkan produksi dalam negeri, menumbuhkan lapangan pekerjaan serta memperkeil ketergantungan negara pada *resource* tertentu. Strategi *supply chain* dapat menerapkan dan berfokus pada *lean inventories and replenishment* untuk mengurangi produksi maupun pemenuhan *demand* apabila terjadi *shortage*. Untuk menghadapi tantangan tersebut pelaku usaha wajib memahami kerentanan kemudian mempertimbangkan beberapa langkah sebagai berikut : mengatur persediaan alternatif dan memanfaatkan inovasi terhadap proses bisnis dan operasional. Kebutuhan bagi perusahaan manufacturing dan logistik dalam hal ini pelaku usaha dipaksa belajar lebih agresif dalam menghadapi

perubahan perilaku konsumen dalam menggunakan teknologi modern. Perusahaan berbasis digital yang berorientasi konsumen saat ini tumbuh dengan pesat. Teknik manajemen sangat dibutuhkan untuk mengoptimalkan kinerja dalam menciptakan distribusi dan dukungan produk akhir. Brand bisnis tidak boleh kehilangan pelanggan, sebab mereka adalah sumber pendapatan, maka penting untuk memastikan pelanggan selalu senang. Respon lambat sebaliknya akan meninggalkan persepsi buruk bagi setiap bisnis dimasa depan dan pelayanan yang tidak terjawab turut andil dalam *customer experience* yang kurang baik. Pelanggan akan meninggalkan siklus kita dan berlari ke kompetitor yang dapat menjawab pertanyaan lebih cepat.

### DAFTAR PUSTAKA

- A. Prabu Mangkunegara. (2005). *Evaluasi Kinerja SDM*
- Bowersox, D.J. (1996). *Logistical Management : Integrated Supply Chain Process*. Singapore: McGraw-Hill Companies, Inc.
- Bowersox, D.J. (2002). *Supply Chain Log*
- Indrajit, Eko dan Richardus Djokopranoto. (2002). *Konsep Manajemen Supply Chain*. PT Grasindo. Jakarta.
- Indrajit, Richardus Eko dan Djokopranoto. (2003). *Konsep Manajemen Supply Chain: Strategi Mengelola Manajemen Rantai Pasokan Bagi Perusahaan Modern di Indonesia*, PT Gramedia Widiasarana Indonesia, Jakarta
- Indrajit, R.E dan Djokopranoto, R. (2002). *Konsep Manajemen Supply Chain*
- Nazaruddin Sjamsuddin. (1996). *Integrasi Nasional Teori, Masalah Dan Strategi*, Jakarta
- Safroedin Bahar *teori masalah dan strategi* / Saafroedin Bahar, A.B. Tangdililing
- Salim, Z., (2015), *Kesiapan Indonesia Menuju Pasar Tunggal dan Basis*

*Produksi Asean: Sektor Jasa Logistik,*  
LIPI Press, Jakarta.

Zabidi, Y. (2001). *Supply chain management: Teknik terbaru dalam mengelola aliran material/produk dan informasi dalam memenangkan persaingan.*

Jurnal Nasional. Surabaya: Institut Teknologi Surabaya.