

ANALISIS SUPPLY CHAIN MANAGEMENT PADA PABRIK PLASTIK CV. SUKSES JAYA ABADI

Analysis Supply Chain Management At Plastic Factory CV. Sukses Jaya Abadi

Aryo Saul Berepalay^{1,a)}, Ronald P. C. Fanggidae^{2,b)}, Debryana Y. Salean^{3,c)}, Markus Bunga^{4,d)}

^{1,2,3,4)}Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Nusa Cendana Kupang, Indonesia

Koresponden : ^{a)} saulberepalay@gmail.com, ^{b)} ronaldfanggidae@staf.undana.ac.id, ^{c)} debryanasalen@staf.undana.ac.id, ^{d)} markusbunga@staf.undana.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Aliran *Supply Chain Management* Pada Pabrik Plastik CV. Sukses Jaya Abadi. Penelitian menggunakan metode deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data digunakan dalam penelitian ini yaitu observasi, wawancara, studi pustaka dan dokumentasi. Kemudian data yang dikumpulkan melewati tahap reduksi data, penyajian data, dan verifikasi data. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pelaku rantai pasok (*supply chain*) terdiri dari Pabrik, Sales, Distribusi, Pedagang Grosir, Pengecer, dan Konsumen. Untuk Aliran Barang dan Aliran Uang sudah berjalan dengan baik, sedangkan aliran informasi yang belum berjalan dengan baik karena informasi antara sales dan pedagang grosir terkadang masih membutuhkan arahan lebih lanjut dari owner. Dengan menerapkan manajemen rantai pasok dapat membantu Pabrik Plastik CV. Sukses Jaya Abadi dalam meningkatkan efisiensi, kualitas dan responsivitas dalam rantai pasokan. Selain itu manajemen rantai pasokan (*supply chain management*) juga berkontribusi terhadap keberlanjutan bisnis dan peningkatan produktivitas serta profitabilitas. Dengan menggunakan manajemen rantai pasokan, produksi dan distribusi dapat direncanakan dengan lebih baik, yang menghemat waktu dan biaya dalam proses pengiriman.

Kata Kunci : *Supply Chain*

PENDAHULUAN

Pada era modern saat ini, dimana globalisasi dan digitalisasi telah merubah wajah industri, setiap perusahaan tanpa terkecuali dituntut untuk mengoperasikan dalam konteks yang menuntut efisiensi, fleksibilitas, dan ketangkasan yang tinggi. Dalam lingkungan yang sangat kompetitif ini memiliki rantai pasokan yang efisien bukan lagi suatu pilihan namun suatu keharusan. Oleh karena itu, setiap perusahaan harus berupaya untuk meningkatkan produktivitas, efisiensi, pelayanan yang cepat, mudah, dan terus menciptakan berbagai inovasi untuk tetap unggul dan bertahan di pasar (Mardiah et al., 2022). Rantai pasokan (*supply chain*) mencakup bagian produksi dari bahan baku hingga proses pembuatan dan distribusi. Rantai Pasok juga mencakup seluruh alur barang, informasi, dan biaya yang di perlukan untuk terpenuhinya kebutuhan *customer* melalui distribusi yang efektif. Pengelolaan rantai pasokan adalah bagian penting dari bisnis karena dapat meningkatkan efektivitas dan efisiensi proses produksi dan distribusi serta mengoptimalkan aliran barang dan informasi dari pemasok sampai kepada konsumen. Manajemen rantai pasokan (*supply chain management*) merupakan pengelolaan dan juga pengawasan rantai siklus mulai dari bahan material atau barang mentah,

pembayaran, informasi, dari pemasok ke produsen, pedagang grosir pengecek sampai dengan konsumen (Maret Wijaya et al., 2021). Berbicara tentang sistem produksi hulu-hilir sangat berkaitan dengan rantai pasokan karena manajemen rantai pasokan adalah bagaimana membuat produk hingga sampai ke pengguna terakhirnya dengan bekerja sama dengan berbagai pihak (Katili et al, 2020). Manajemen rantai pasokan (*supply chain management*) merupakan seperangkat pendekatan untuk mengefisiensikan integrasi pemasok, produsen, dan distributor sehingga barang diproduksi dan didistribusikan dalam jumlah yang tepat, lokasi yang tepat untuk meminimalkan biaya dan memberikan kepuasan layanan terhadap pelanggan. SCM mengkoordinir semua aktivitas sehingga pelanggan dapat merasakan produk barang dengan mutu yang tinggi (Nugroho & Manap, 2023). Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Chindy et al., 2023) hasil penelitian mengatakan bahwa dengan adanya interaksi dan komunikasi yang baik antara para pelaku manajemen rantai pasokan (*supply chain management*) maka akan membuat proses manajemen rantai pasokan dapat berjalan dengan baik pula. Kontribusi para pelaku rantai pasok yaitu berupa pertukaran meliputi fungsi penjualan dan pembelian, fungsi fisik yaitu fungsi pengangkutan dan fungsi pengemasan serta fungsi fasilitas adalah fungsi pembiayaan dan informasi pasar (Fanggidae et al., 2023).

CV. Sukses Jaya Abadi berlokasi di Kec. Wonoasri, Kab. Madiun, Provinsi Jawa Timur. Usaha ini menjual beragam produk plastik yang kebanyakan digunakan untuk kebutuhan rumah tangga. Proses produksi pada pabrik berlangsung selama 24 jam, sehingga pengerjaan dilakukan per shift oleh karyawan. Dalam sehari perusahaan dapat memproduksi produk plastik sebanyak kurang lebih 16.000 pcs untuk setiap mesinnya. CV. Sukses Jaya Abadi melakukan kerja sama dengan pemasok untuk memperoleh bahan baku kemudian sales menjualnya ke toko-toko atau ritel, kemudian dari toko atau ritel tersebut menjualnya ke pembeli atau konsumen.

TINJAUAN PUSTAKA

Supply Chain

Menurut Assauri, (2011) *Supply chain* memiliki arti serangkaian hubungan antara perusahaan yang melakukan penyaluran pasokan barang atau produk dari tempat asal sampai ke tempat customer. *Supply chain* melekat pada hubungan yang terjadi secara terus-menerus yakni barang, uang, dan informasi. Barang biasanya bergerak dari hulu ke hilir, uang dari hilir ke hulu sedangkan informasi bisa kedua-duanya. Jika diamati secara horizontal, ada lima komponen utama dalam *supply chain*, yaitu Produsen, manufaktur, distributor, retailer, dan pembeli. Sedangkan secara vertikal terdapat lima utama komponen utama *supply chain*, yaitu pembeli, pengangkut, Penyimpan, dan Penjual (Bangun, Rejeki, 2023)

Supply Chain Management

Menurut Cahyadi dan Sekarsari (2012) Manajemen rantai pasokan (*supply chain management*) merupakan sebuah sistem tempat organisasi menyalurkan barang produksi dan jasanya kepada para pelanggannya. Menurut Simchi Levi (2003) *supply chain management* adalah suatu kumpulan pendekatan yang digunakan untuk mengintegrasikan secara efisien antara pemasok, perusahaan manufaktur, pergudangan dan toko secara efektif sehingga barang didistribusikan, pada kuantitas, lokasi, dan lokasi yang tepat sehingga biaya diminimalkan dan kondisi yang memuaskan tingkat pelayanan.

Aliran Supply Chain Management

Menurut Pujawan Mahendrawati (2010), terdapat tiga aliran yang harus dikelola dalam *supply chain* yakni :

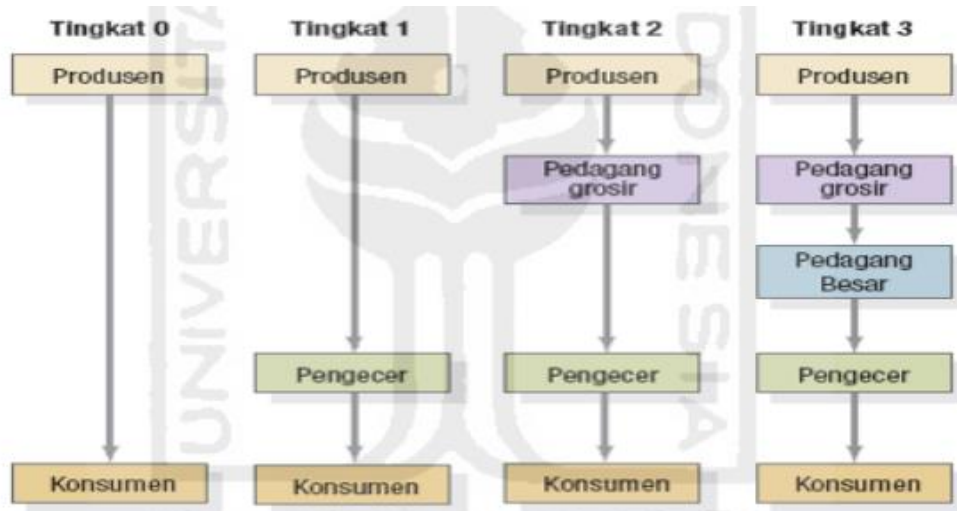
1. Aliran barang yang mengalir dari hulu ke hilir
2. Aliran uang dan sejenisnya yang mengalir dari hilir ke hulu
3. Aliran informasi yang bisa terjadi dari hulu ke hilir dan sebaliknya

Saluran Distribusi

Menurut Swastha (2003), fungsi saluran distribusi meliputi sembilan hal yaitu :

1. Menghubungkan antara produsen dan konsumen
2. Memberikan fungsi-fungsi tambahan atas fungsi pemasaran, misalnya penjualan kredit
3. Ikut serta dalam penetapan harga
4. Aktif dalam promosi
5. Melalui sarana distribusi konsumen dapat membeli barang dan jasa yang diperlukan
6. Dapat menurunkan dana dan biaya
7. Sebagai komunikator antara antara produsen dan konsumen
8. Memberi jaminan atas barang atau jasa kepada konsumen
9. Memberikan pelayanan tambahan kepada konsumen

Perusahaan dapat menggunakan berbagai tingkatan saluran distribusi, seperti yang ditunjukkan pada bagan berikut untuk barang konsumsi (Oentoro, 2010).



Gambar 1

Tingkatan Saluran Distribusi

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah model deskriptif. Model deskriptif adalah metode penelitian yang berusaha menggambarkan dan menginterpretasikan objek sesuai kenyataan yang ada. Jenis data dalam penelitian ini adalah data kualitatif dan kuantitatif. Teknik pengumpulan data meliputi observasi, wawancara, studi pustaka, dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah tahap pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan verifikasi data.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pelaku Rantai Pasok Pabrik Plastik CV. Sukses Jaya Abadi

Penerapan rantai pasok untuk setiap pabrik biasanya berbeda-beda, ada yang lengkap dan ada juga yang tidak. Dengan melakukan pengamatan dan wawancara, maka peneliti mengetahui dengan tepat arus rantai pasok dalam memproduksi produk dan proses pendistribusian produk ke pelanggan dan juga sampai ke tangan konsumen (pengguna akhir). Produk yang dihasilkan pabrik plastik CV. Sukses Jaya Abadi merupakan produk plastik untuk kebutuhan rumah tangga yang di produksi kemudian didistribusikan ke toko-toko baik toko grosir maupun toko retail/pengecer di wilayah provinsi Jawa Timur dan Jawa Tengah.

1. Pabrik, Pabrik Plastik CV. Sukses Jaya Abadi memperoleh bahan baku berupa biji plastik dari pemasok. Untuk biji plastik sendiri mempunyai tiga warna yaitu warna biru, merah dan hijau sehingga produk yang dihasilkan akan mempunyai warna dari ketiga warna biji plastik ini. Produk plastik dari CV. SJA mempunyai sangat banyak jenis produk plastik, tetapi beragam produk tersebut merupakan variasi dari dua produk utama yaitu waskom dan waku. Karena banyaknya jenis produk dari pabrik plastik CV. Sukses Jaya Abadi maka peneliti hanya mengambil beberapa jenis produk dari produk waskom dan waku sebagai representasi untuk menggambarkan harga dari produk plastik.
2. Sales (Personal Selling), Sales merupakan rantai kedua dalam rantai pasokan pabrik plastik CV. Sukses Jaya Abadi dengan total 7 sales yang bekerja pada pabrik plastik. Setiap harinya sales akan melakukan penjualan ke kota tujuannya masing-masing. Setelah penjualan selesai, kemudian sales akan menyerahkan buku penjualan kepada admin penjualan. Pada pagi berikutnya admin penjualan membuat nota untuk produk yang akan didistribusikan. Pada Pabrik Plastik CV. Sukses Jaya Abadi, para sales melakukan penjualan secara langsung melalui kegiatan personal selling, yang melibatkan komunikasi tatap muka antara sales dan pelanggan. Saat berinteraksi dengan pelanggan, sales akan menawarkan serta mempromosikan produk-produk yang di produksi oleh pabrik tersebut.
3. Distribusi, Distributor merupakan pelaku rantai pasok yang bertugas untuk melakukan pengiriman. Distributor disini berperan untuk mengirimkan produk jadi berupa produk plastik kepada pelanggan. Dalam pengiriman produk, pabrik plastik CV. Sukses Jaya Abadi memiliki transportasi sendiri. Transportasi yang dimiliki berupa Truk yang digunakan untuk mengangkut produk plastik supaya bisa dikirimkan ke pelanggan.
4. Toko Grosir, Pedagang Grosir merupakan rantai pasokan setelah pabrik. Pedagang grosir memegang peran penting dalam rantai pasokan karena bertindak sebagai perantara antara antara pabrik dengan pengecer. Tetapi tidak selamanya pedagang grosir menjadi rantai pasokan setelah pabrik karena pabrik plastik CV. Sukses Jaya Abadi juga menjual produk kepada Retail/Pengecer. Pedagang Grosir biasanya membeli produk plastik dalam jumlah banyak. Untuk pembeliannya berkisar dari 20 juta ke atas. Untuk pengiriman ke satu pedagang grosir saja biasanya akan difokuskan untuk satu kota saja dalam pengiriman karena pesannya yang terbilang banyak.
5. Toko Retail, Pengecer merupakan rantai pasokan setelah Pedagang Grosir, tetapi tidak selamanya pengecer menjadi pelaku rantai pasokan setelah pabrik, karena pabrik juga menjual produk secara langsung ke pengecer. Untuk rantai pasokan setelah toko grosir tidak selamanya pengecer menjadi rantai pasokan setelah toko grosir karena Konsumen

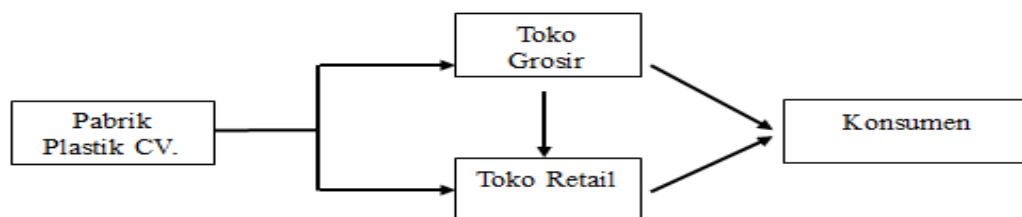
juga bisa membeli produk langsung dari toko grosir. Pengecer menjual produk jadi berupa produk plastik kepada konsumen secara eceran.

6. Konsumen, Konsumen merupakan pengguna akhir dari suatu produk atau jasa. Rantai pasokan akhir dari suatu produk adalah konsumen dimana konsumen membeli untuk digunakan sendiri produk yang telah dibelinya. Konsumen mendapatkan produk bisa lewat toko grosir atau pengecer, namun konsumen tidak dapat membeli secara langsung dari pabrik plastik CV. Sukses Jaya Abadi.

Analisis Aliran Rantai Pasok Pada CV. Sukses Jaya Abadi

Rantai pasokan pada pabrik plastik CV. Sukses Jaya Abadi terdapat 3 aliran yakni aliran Barang, aliran Uang, dan Aliran Informasi dengan menganalisis aliran rantai pasokan pada pabrik plastik CV. Sukses Jaya Abadi menggunakan wawancara dan observasi sehingga dapat diketahui apakah aliran rantai pasokan sudah berjalan dengan baik atau ada hambatan atau masalah yang terjadi. Aliran Barang, Aliran barang dari Produk hingga sampai pada Konsumen melalui rantai, aliran barang pada pabrik plastik CV. Sukses Jaya Abadi terjadi dari Hulu ke Hilir yaitu mulai dari pabrik yang berperan dalam produksi hingga sampai kepada tangan konsumen sebagai pengguna akhir. Aliran produk pada pabrik plastik CV. Sukses Jaya Abadi telah berjalan dengan baik. Pabrik membeli bahan baku berupa biji plastik dari pemasok kemudian memproduksi nya menjadi produk jadi yang siap digunakan. Harga dari setiap produk dari pabrik plastik CV. SJA berkisar antara 2 rb- 20 rb per kuantitas. Pabrik mempunyai sales yang akan menjual dan menawarkan produk plastik ke toko-toko yang tersebar di Jawa Timur dan Jawa Tengah. Pedagang grosir dan pengecer membeli produk dari pabrik melalui sales, tetapi sales hanya membuat pemesanannya saja, sedangkan untuk pengiriman akan dilakukan di hari besok dan seterusnya.

Aliran Produk Plastik CV. Sukses Jaya Abad



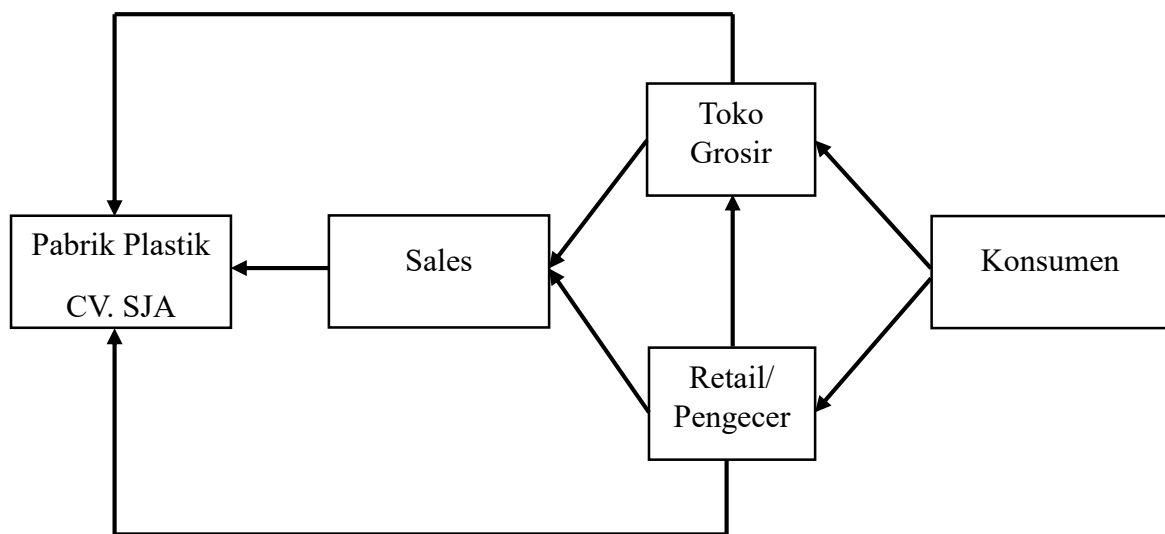
Gambar 2.
Aliran Produk Plastik CV. Sukses Jaya Abad

1. Saluran I (Pabrik – Pedagang Grosir – Konsumen), Aliran produk pada rantai pasok CV. Sukses Jaya Abadi terdiri dari Pabrik – Pedagang Grosir – Konsumen. Perpindahan produk pada saluran ini hanya melalui satu perantara yaitu pedagang grosir. Di mulai dari Pabrik yang memproduksi produk plastik dari bahan dasar biji plastik menjadi produk jadi yang siap untuk dijual, kemudian produk akan didistribusikan kepada Pedagang Grosir. Biasanya pedagang grosir membeli produk dari pabrik dalam jumlah yang besar, sehingga produk harga yang didapatkan sedikit berbeda ketika Pabrik menjualnya kepada Pengecer.

Pedagang grosir juga berperan sebagai perantara antara pabrik dan konsumen. Produk yang diterima oleh pedagang grosir akan di simpan kemudian akan dijual kepada konsumen sebagai pemakai akhir. Pada saluran ini terdapat variasi karena pedagang Grosir mempunyai badan usaha secara mandiri sehingga bukan menjadi bagian dari Pabrik Plastik CV. Sukses Jaya Abadi. Proses perpindahan pada saluran ini hanya melalui perantara Pedagang Grosir dan langsung menjual produk nya kepada konsumen. Saluran ini sedikit berbeda dengan teori yang di sampaikan oleh Oentoro (2010) yang terlihat pada gambar 2.3. Dimana saluran ini masuk ke dalam saluran distribusi tingkat I, hanya saja pada bagian proses perpindahan produk perantara nya adalah pedagang grosir bukan pengecer.

2. Saluran II (Pabrik – Pedagang Grosir – Pengecer – Konsumen), Aliran produk pada rantai pasok Pabrik CV. SJA pada saluran 2 terdiri dari Pabrik – Pedagang Grosir – Pengecer – Konsumen dengan produk yang dijual produk plastik. Perpindahan produk pada saluran ini dimulai dari Pabrik yang memproduksi Produk plastik hingga berakhir pada konsumen akhir. Proses perpindahan produk pada saluran ini melalui dua perantara yakni pedagang grosir dan pengecer. Setelah produk dikemas Pabrik akan mengirimkan produk ke pedagang grosir berdasarkan penjualan yang dilakukan oleh para sales, produk yang diterima oleh pedagang grosir selanjutnya akan dijual ke pengecer dalam jumlah yang lebih kecil dan selanjutnya produk yang diterima oleh pengecer akan dijual kepada konsumen. Dimana saluran ini sejalan dengan teori yang di sampaikan oleh Oentoro (2010) yang terlihat pada gambar 2.3. Untuk saluran ini masuk ke dalam saluran distribusi tingkat II, dimana untuk proses perpindahan produk dari pabrik kepada konsumen melalui perantara pedagang grosir dan pengecer.
3. Saluran III (Pabrik – Pengecer – Konsumen), Aliran produk pada rantai pasok Pabrik CV. SJA pada saluran 3 terdiri dari Pabrik – Pengecer – Konsumen. Perpindahan produk pada saluran ini melalui satu perantara yakni pengecer jadi pabrik tidak saja menjual kepada pedagang grosir tetapi juga menjualnya kepada pengecer, hanya saja pabrik tidak menjualnya secara langsung kepada konsumen. Produk akan didistribusikan kepada pengecer, setelah para sales melakukan penjualan kepada pengecer. Setelah itu produk yang diterima oleh pengecer akan dijual kepada konsumen secara eceran. Dimana saluran ini sejalan dengan teori yang di sampaikan oleh Oentoro (2010) yang terlihat pada gambar 2.3. Untuk saluran ini masuk ke dalam saluran distribusi tingkat I, dimana untuk proses perpindahan produk dari pabrik kepada konsumen hanya melalui perantara pengecer.

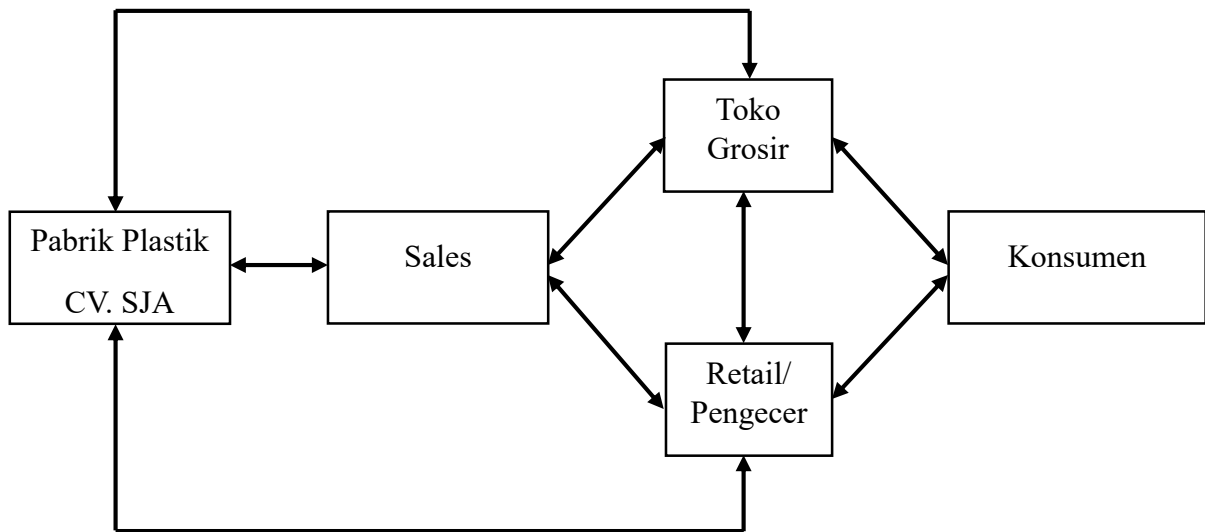
Aliran Uang, Aliran uang dimulai dari Hilir ke Hulu. Aliran uang berawal dari konsumen sebagai pembeli dan mengalir sampai pada pabrik dan kemudian digunakan sebagai modal untuk membeli bahan baku dari pemasok. Aliran uang berjalan dalam satu arah yakni sebagai pertukaran dengan produk yang di beli. Proses penjualan produk plastik dari CV. Sukses Jaya Abadi pembayarannya di lakukan secara kredit dan tunai.. Untuk pembayaran secara tunai akan diterima secara langsung oleh sales sedangkan jika kredit akan melalui sistem transfer bank. Untuk penjualan secara kredit pabrik plastik CV. SJA hanya mengizinkan hingga dua kali pembelian produk secara kredit. Jika ingin membeli secara kredit untuk ketiga kalinya maka harus melunasi yang satunya terlebih dahulu. Untuk penjualan secara kredit memakai batas waktu paling lambat 30 hari terhitung saat pelanggan melakukan pemesanan.



Gamabar 3.

Aliran Uang Pada Pabrik Plastik CV. Sukses Jaya Abadi

Aliran Informasi, Aliran informasi pabrik plastik CV. Sukses Jaya Abadi terjadi dari hulu ke hilir dan juga dari hilir ke hulu. Aliran informasi antara Pabrik dan Sales berjalan dengan baik. Dimana Sales selalu bertukar pikiran bersama dengan owner sebelum melakukan penjualan, sehingga bisa melihat apa yang menjadi kekurangan untuk diatasi. Aliran informasi antara sales dan pedagang grosir belum bisa dikatakan berjalan dengan baik, karena terkadang seorang sales akan mengambil risiko meskipun stok dari jenis produk yang diminta tersisa sedikit. Akibatnya terkadang produk yang dikirimkan akan tidak bisa terpenuhi dengan baik atau pesanan yang diminta tidak bisa dikirimkan semuanya karena kehabisan stok. Seorang sales akan kesusahan jika berhadapan dengan pedagang grosir karena pesannya yang tidak pasti dan selalu berubah. Melihat pesanan dari pedagang grosir yang cukup banyak terkadang sales lupa untuk memperhatikan stok produk pada pabrik. Hal ini dilakukan seorang sales untuk mendapatkan keuntungan semaksimal mungkin. Seorang sales yang menangani pedangan grosir biasanya yang sudah berpengalaman. Untuk pembelian produk plastik dari pedagang grosir sangat banyak sehingga untuk permintaan penurunan harga terkadang sales akan meminta pendapat owner untuk memutuskan harga yang pas dan menguntungkan bagi pabrik. Untuk aliran informasi antara sales dan pengecer sudah berjalan dengan baik. Karena sales sering berkomunikasi dengan pengecer untuk mengetahui apa yang diperlukan oleh pengecer dan untuk pengambilan keputusan terkait harga juga kualitas sangat bisa dilakukan oleh sales dari pabrik. Dalam hal informasi, pabrik melalui perantaraan sales mengetahui kebutuhan dari pedagang grosir maupun pengecer.



Gambar 4.

Aliran Informasi Pada Pabrik Plastik CV. Sukses Jaya Abadi.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan tentang analisis Manajemen Rantai Pasokan (*supply chain management*) yang terjadi pada Pabrik Plastik CV. Sukses Jaya Abadi dengan rantai pasok yang terlibat yaitu pabrik, sales, distribusi, pedagang grosir, pengecer, dan konsumen. Untuk aliran barang yang mengalir dari hulu ke hilir dimulai dari pabrik, pedagang grosir, pengecer, dan konsumen. Pabrik menggunakan kendaraan truk untuk proses pengiriman produk. Karena pengiriman dilakukan oleh pabrik plastik CV. Sukses Jaya Abadi maka pabrik akan memperhatikan efisiensi distribusi, dimana untuk kota yang mempunyai rute perjalanan sama akan digabungkan dalam satu pengiriman. Untuk waktu pengiriman berkisar 1-3 hari. Hal ini dilakukan Pabrik plastik CV. Sukses Jaya Abadi untuk memastikan produk sampai ke tangan pelanggan dengan selamat dan bisa memperkuat hubungan dengan pelanggan. Selain itu, distribusi yang efektif dapat meningkatkan loyalitas pelanggan. Pabrik dapat memperkuat kepercayaan pelanggan terhadap merek dan produk mereka dengan menjamin pengiriman yang tepat waktu dan aman. Aliran uang yang terjadi pada Pabrik Plastik CV. Sukses Jaya Abadi sudah berjalan dengan baik yaitu dari hilir ke hulu dimulai dari konsumen, pengecer, grosir dan pabrik. Proses aliran ini terjadi diantara pelaku rantai pasokan sebagai pembeli dan penjual. Pembeli membayar produk yang dibeli baik secara tunai maupun secara cash dari Pabrik, dan untuk penjualan secara kredit mempunyai batas waktu selama 30 hari. Pembayaran secara tunai akan diterima langsung oleh sales dari pelanggan, sedangkan untuk pembayaran melalui transfer bank dari pelanggan langsung kepada pabrik. Pelanggan hanya bisa melakukan pembelian secara kredit dengan batas maksimal dua kali. Pabrik memiliki sistem pencatatan dalam bentuk aplikasi yang secara otomatis mencatat pelanggan yang telah melakukan pembelian secara kredit. Aliran informasi yang terjadi di pabrik plastik CV. Sukses Jaya Abadi terjadi dari hulu ke hilir maupun dari hilir ke hulu.

Informasi yang diberikan terkait dengan harga produk, persediaan produk, kualitas produk dan jumlah pemesanan atau pembelian dari pelanggan. Untuk Aliran informasi belum berjalan dengan baik. Dimana masih terdapat kesulitan dari seorang sales saat berhubungan dengan pedagang grosir, karena sales berusaha untuk mengambil keuntungan namun disatu sisi juga sales harus bisa untuk memperkirakan apakah pabrik dalam waktu dekat akan bisa memproduksi produk yang akan dipesan meskipun penyimpanannya sudah terbilang sedikit, karena pemesanan yang dilakukan oleh pedagang grosir dalam jumlah besar. Sedangkan untuk aliran informasi antara sales dan pengecer sudah berjalan dengan baik. Dengan aliran informasi yang sudah berjalan dengan baik, komunikasi bisa menjadi efisien dan efektif, sehingga permintaan dari pengecer dapat berjalan dengan lancar. Permintaan dari pengecer tidak sebesar pedagang grosir karena target penjualannya yang langsung kepada konsumen. Grosir dan pengecer membeli produk dari pabrik melalui sales. Dimana Sales bertugas untuk membawa informasi dari pabrik kepada pelanggan, juga informasi terkait dengan konsumen sebagai pemakai akhir. Sehingga sales akan melihat keinginan dan kebutuhan dari konsumen baru kemudian pengecer dan pedagang grosir melakukan permintaan kepada sales.

PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas dapat disimpulkan bahwa pelaku rantai pasok pada pabrik plastik CV. Sukses Jaya Abadi yaitu Pabrik, Sales, Distribusi, Pedagang Grosir, Pengecer dan konsumen. Aliran barang dan aliran uang sudah berjalan dengan baik pada pabrik plastik CV. Sukses Jaya Abadi. Sedangkan Aliran Informasi belum berjalan dengan baik, karena informasi antara sales dan pedagang grosir terkadang masih membutuhkan arahan lebih lanjut dari owner

Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh, maka dapat diberikan saran sebagai berikut : Bagi Pabrik Plastik CV. Sukses Jaya Abadi Dengan penelitian ini dapat membantu pabrik untuk memperhatikan sistem rantai pasokan (*supply chain*) yang terjadi terlebih pada aliran informasi antara sales dan pedagang grosir yang berjalan dengan baik, sehingga perlu untuk diperhatikan. Bagi Sales, dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat membantu sales agar bisa mengambil keputusan yang lebih tepat agar produk yang dipesan bisa dikirimkan sesuai stok dan pesanan yang diminta oleh pedagang grosir. Bagi peneliti selanjutnya yang ingin menganalisis *supply chain management* dapat memfokuskan pada membangun hubungan dalam rantai pasokan dan menganalisis kinerja dari pabrik dalam rantai pasokan.

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, S. 2011. Manajemen Produksi dan Operasi, Lembaga Penerbit FEUI, Jakarta.
Bangun, Rejeki, et al. (2023). "Manajemen Rantai Pasok." (2023).
Cahyadi., dan Sekarsari. (2012). Penentuan Urutan Prioritas Kriteria dan Subkriteria Dalam Pemilihan
Cahyaningsih, W. K., Sari, E. R., & Hernawati, K. (2015). Penyelesaian capacitated vehicle

- Chindy, D. P., Palandeng, I. D., Pondaag, J. J., Putu Chindy, D., Debbie Palandeng, I., Jousina Pondaag, J., & Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen, F. (2023). *Analisis Manajemen Rantai Pasok Produk Beras Pada Desa Mopuya Dumoga Utara (Studi Kasus Pandemi Covid-19) Supply Chain Management Analysis of Rice Products in Mopuya Dumoga Utara Village (Case Study of the Covid-19 Pandemic)*. 11(3), 453–465.
- Fanggidae, R.P., Amtiran, P.Y., Fa'ah, Y.S., Kamuri, K.J. and Aman, D.K., (2023). Supply Chain Analysis Of Beef In Kupang City. *Eduvest - Journal of Universal Studies*, 3(1), pp.154-167.
- Katili et al. (2020). Analisis Manajemen Rantai Pasok Ikan Roa Di Desa Kumu Kecamatan Tombariri. *Jurnal EMBA*, 8(3), 261–270.
- Mardiah, A., Hutagalung, J. E., & Dristyan, F. (2022). Implementasi Supply Chain Management Untuk Produksi Pengolahan Bakso Cetak Pada UD. Bu gadis. *JUTSI (Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi)*, 2(3), 213–220. <https://doi.org/10.33330/jutsi.v2i3.1790>
- Maret Wijaya, H., Deswanto, G., & Hidayat, R. (2021). Analisis Perencanaan Supply Chain Management (Scm) Pada Pt. Kylo Kopi Indonesia. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 2(6), 795–806. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v2i6.653>
- Nugroho, M. R. A., & Manap, A. (2023). Pengaruh Supply Chain Management Terhadap Kinerja Perusahaan Pada Umkm Pengolahan Pangan Di Blitar. ... *Sosial, Ekonomi, Bisnis dan ...*, 1(2), 38–45.
- Oentoro, Deliyanti. 2010, *Manajemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta: PT Laksbang Press.
- Pujawan, I.N. dan Mahendrawati, E.R.. (2010). *Supply Chain Management*. Surabaya: Guna widya
- Simchi-Levi, David dan Edith. 2003. *Supply Chain Management*. Penerbit Guna Widya , Surabaya
- Swastha, B., & Irawan, D. H. (2003). *Modern Marketing Management*.