

ANALISIS *SUPPLY CHAIN MANAGEMENT* PADA PT. CIPTA LAKU LESTARI SEBAGAI DISTRIBUTOR PRODUK WINGS DI KOTA KUPANG

Analysis of Supply Chain Management at PT. Cipta Laku Lestari as Distributor of Wings Products in Kupang City

Dicky Penu Dima^{1,a)}, Markus Bunga^{2,b)}, Yonas F. Riwu^{3,c)}, Ronald P. C. Fanggidae^{4,d)}
^{1,2,3,4)}Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Nusa Cendana Kupang, Indonesia

Koresponden: ^{a)} dickypenudima150@gmail.com, ^{b)} markusbunga@staf.undana.ac.id,

^{c)} yonas.riwu@staf.undana.ac.id, ^{d)} ronalfanggidae@staf.undana.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis aliran supply chain management pada PT.Cipta Laku Lestari. Supply Chain Management atau Rantai Pasok merupakan rangkaian kegiatan yang dibutuhkan untuk merencanakan, mengendalikan, dan menjalankan arus produk dengan cara seefisien mungkin dan hemat biaya. Fokus penelitian pada analisis supply chain management dalam meningkatkan efisiensi biaya di PT. Cipta Laku Lestari. Metode penelitian yang digunakan penelitian survey dan pendekatan kualitatif deskriptif, jenis data dalam penelitian ini menggunakan jenis data kualitatif sedangkan sumberdata penelitian ini menggunakan sumber data primer dan sekunder melalui wawancara untuk mendapatkan data pelaksanaan Supply Chain Management pada PT. Cipta Laku Lestari. Informan dalam penelitian ini yaitu manager, retailer dan konsumen PT.Cipta Laku Lestari Di Kota Kupang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa aliran barang, aliran Uang, dan aliran informasi sudah berjalan dengan baik karena perusahaan membeli produk WINGS Group berupa produk-produk dan mendistribusikan kepada pengeceer kemudian dijual lagi kepada pengguna terakhir atau konsumen.

Kata Kunci : *Supply Chain Management*, Rantai Pasok dan Saluran Distribusi

PENDAHULUAN

Supply chain management adalah ide baru yang menjelaskan bagaimana semua pihak, termasuk pemasok, produsen, distributor, pengecer, dan pelanggan, bertanggung jawab untuk membuat produk berkualitas tinggi, murah, dan cepat (Pujawan dan Mahendrawati, 2010). Rantai pasok (*supply chain*) merujuk pada serangkaian langkah dan proses yang terlibat dalam produksi, distribusi, dan penyediaan produk atau layanan kepada pelanggan akhir. Sejak istilah "rantai pasokan" pertama kali digunakan oleh surat kabar "The Independent" pada tahun 1905, gagasan tentang jaringan pemasok, produsen/produsen, dan konsumen telah ada sejak lama. Namun, dibandingkan dengan bidang terkait seperti pengadaan, logistik, dan manufaktur, yang semuanya terlibat dalam manajemen rantai pasokan, bidang ini masih tergolong muda. *Supply chain management* adalah salah satu aspek kunci dalam dunia bisnis dan industri yang selalu relevan dan penuh dengan tantangan. Masalah dalam *supply chain management* dapat memiliki dampak signifikan pada operasi bisnis, kepuasan pelanggan, dan hasil keuangan. Dalam analisis *supply chain*, persaingan harga menjadi masalah utama yang memengaruhi profitabilitas dan keberlanjutan bisnis.

Selain itu, persaingan harga yang intens dapat menyebabkan ketidakstabilan ekonomi dalam jangka panjang, terutama ketika bisnis memotong sudut-sudut untuk mengurangi biaya produksi. Oleh karena itu, penting bagi para pelaku industri untuk mengelola persaingan harga dengan hati-hati dengan mempertimbangkan dampak jangka panjangnya terhadap keberlanjutan rantai pasokan secara keseluruhan. Distributor memainkan peran penting dalam membantu produsen mencapai konsumen secara efisien dengan menyediakan sumber daya dan sumber daya yang cukup, memungkinkan mereka untuk mencapai pasar yang lebih besar dan lebih ramai, mengurangi biaya produk dan kompleksitas pengembangan dan distribusi. Distributor memberikan nilai tambah melalui efisiensi dan inovasi dalam operasional, penting untuk melihat bagaimana ini berlaku dalam konteks yang lebih spesifik dan kompetitif. Di sisi lain, dalam konteks spesifik industri sabun dan deterjen, seperti yang diwakili oleh PT. Cipta Laku Lestari di Kota Kupang, situasi menjadi semakin relevan. Dalam hal ini persaingan dalam industri *food & non-food* di Kota Kupang, dimana PT. Cipta Laku Lestari beroperasi.

TINJAUAN PUSTAKA

Supply Chain Management

Menurut Nugroho (2013), *supply chain management* adalah proses manajemen yang mengintegrasikan dan mensinkronisasi dari entitas, proses, dan aktifitas hubungan pemasok ke produsen (*upstream*/aliran ke hulu), produsen ke gudang, dan gudang ke distributor/toko (*downstream*/aliran ke hilir) secara efektif untuk mengembangkan kinerja jangka panjang perusahaan dan keseluruhan rantai persediaan. Manajemen *supply chain* melibatkan manajemen dari aliran-aliran di efektif agar persediaan barang dapat diproduksi dan didistribusi pada jumlah yang keuntungan total dari *supply chain*.

Tujuan Supply Chain Management

Tujuan manajemen rantai pasokan adalah untuk meningkatkan dan memaksimalkan nilai rantai pasokan secara keseluruhan, meningkatkan koordinasi manufaktur dan proses bisnis antar perusahaan, meningkatkan efisiensi dan efektivitas sistem secara keseluruhan, meningkatkan kerja sama distribusi dan saluran, dan meningkatkan akuntabilitas dan respons konsumen (Chopra dan Meindl, 2001).

Manfaat Supply Chain Management

Menurut Indrajit dan Djokopranoto (2002), beberapa manfaat dari *supply chain management* sebagai berikut:

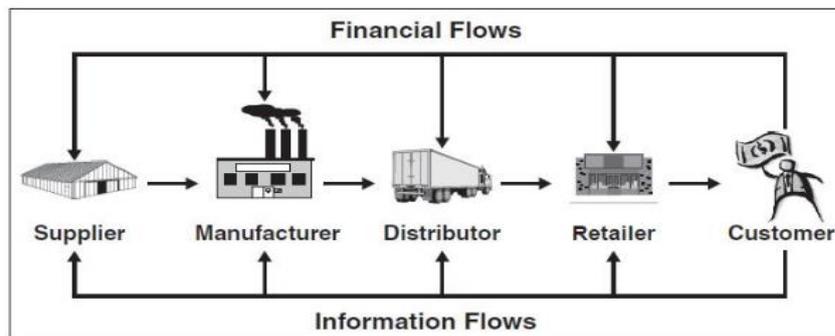
1. Mengurangi jumlah inventaris barang. Biaya permintaan barang berkisar antara 20% - 40% dari nilai barang yang disimpan, dan inventaris merupakan bagian paling besar dari aset perusahaan. Akibatnya, upaya dan metode harus dikembangkan untuk mengurangi penimbunan barang.
2. Menjamin kelancaran barang. Rantai - rantai yang harus dikelola dengan baik mulai dari bahan baku, pemasok, pemasok, penjual, dan pembeli akhir memiliki kewajiban untuk menjamin kelancaran barang.
3. Memastikan kualitas. Proses produksi dan kualitas produk mentah serta keamanan pengiriman memainkan peran penting dalam menentukan kualitas barang jadi. Selain itu,

kelolaan yang tepat diperlukan untuk jaminan mutu ini, yang mencakup berbagai rantai pasokan yang berlangsung lama.

Proses Supply Chain Management

Dalam manajemen rantai pasokan, produk bahan mentah, setengah jadi, dan jadi diperoleh, diubah, dan dijual melalui berbagai fasilitas yang terhubung oleh rantai pasokan sepanjang arus produk dan material. Menciptakan alur informasi yang bergerak secara mudah dan akurat di antara jaringan atau mata rantai tersebut, bersama dengan pergerakan barang yang efektif dan efisien, merupakan komponen penting dalam mengoptimalkan rantai pasokan (Indrajit dan Djokopranoto, 2003). Jika rantai pasokan perusahaan diatur dengan baik, tidak akan ada barang yang kurang atau 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:

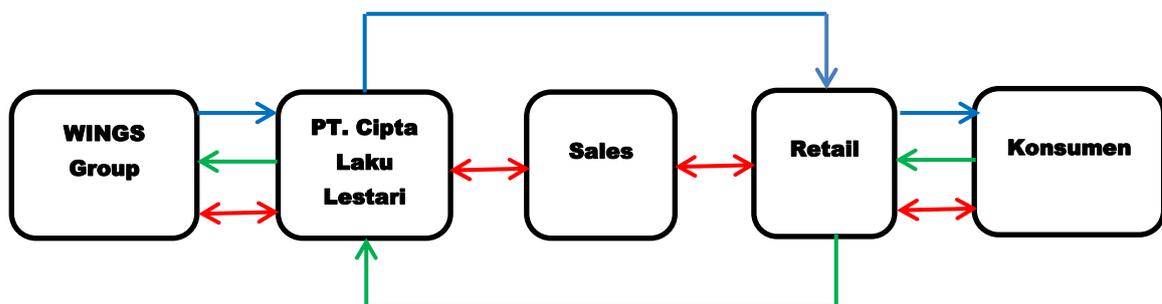
1. *Supplier*
2. *Manufacturer*
3. *Distributor/wholesaler*
4. *Retail outlets*



Gambar 1.

Proses Supply Chain Management

Kerangka Berpikir



Gambar 2.

Kerangka Berpikir

Keterangan :

- : Aliran Barang
- ← : Aliran Uang
- ↔ : Aliran Informasi

Gambaran ini secara umum menggambarkan rantai pasokan pada PT. Cipta Laku Lestari. Pelaku dari rantai pasokan dalam PT. Cipta Laku Lestari dimulai dari *supplier* bahan baku, dimana bangunan perusahaan yang terdiri dari gudang penyimpanan, dan pengepakan kemudian di distribusikan ke manufaktur yaitu PT. Wings Surya dimana terjadi proses produksi dari bahan baku menjadi produk jadi yang akan di distribusikan lagi ke distributor yang ada di Indonesia salah satunya PT. Cipta Laku Lestari, selanjutnya produk-produk ini akan kembali di distribusikan ke ritel/toko yang telah menjadi mitra dengan PT. Cipta Laku Lestari kemudian sampai ke bagian terakhir yaitu konsumen yang menggunakan produk tersebut. Aliran barang dari hulu ke hilir terdiri dari supplier, perusahaan distributor, retail dan konsumen; aliran uang juga terdiri dari konsumen sampai pada pemasok. Untuk mencapai hasil yang menguntungkan bagi kedua belah pihak, PT. Cipta Laku Lestari juga mengirimkan informasi dari hilir ke hulu dan sebaliknya sehingga proses pendistribusian dapat berjalan lancar dan produk dapat dijual dengan lancar. Untuk mengirimkan produk yang sudah siap pakai, perusahaan mengoperasikan mesin, peralatan, dan karyawan. Distributor menjualnya pada pengecer, kemudian pengecer menjualnya kepada konsumen.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan penelitian survey dan pendekatan kualitatif deskriptif, jenis data dalam penelitian ini menggunakan jenis data kualitatif sedangkan sumber data penelitian ini menggunakan sumber data primer dan sekunder melalui wawancara untuk mendapatkan data pelaksanaan Supply Chain Management pada PT. Cipta Laku Lestari. Informan dalam penelitian ini yaitu manager, retailer dan konsumen PT. Cipta Laku Lestari Di Kota Kupang. Teknik analisis data yang digunakan adalah metode deskriptif analitik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaku Rantai Pasok

1. PT. Cipta Laku Lestari

PT. CiptaLaku Lestari merupakan perusahaan yang bergerak di bagian distribusi produk WINGS. Pertama-tama PT. CiptaLaku Lestari membeli produk dari pemasok dengan cara melakukan pre-order (PO) pada produk yang dibutuhkan untuk di distribusikan sesuai kebutuhan gudang. Produk yang dibeli oleh PT. CiptaLaku Lestari selanjutnya akan di distribusikan kepada pengecer/retail di Kota Kupang. Di dalam PT. Cipta Laku Lestari terdapat bagian *customer service* yang bertugas untuk mendengar keluhan dan permintaan dari pelanggan. Tugas nya mencakup penambahan, pengurangan, dan pembatalan pembelian produk. PT. Cipta Laku Lestari juga menjaga konsistensi waktu pengiriman. Di dalam PT. Cipta Laku Lestari terbagi menjadi divisi distribusi dan sales.

a. Distribusi

Distributor merupakan pelaku rantai pasok yang bertugas untuk melakukan pengiriman. Distributor disini berperan untuk mengirimkan produk jadi berupa produk WINGS kepada konsumen. Dalam pengiriman produk, PT. Cipta Laku Lestari mempunyai transportasi sendiri. Transportasi yang dimiliki berupa truk yang digunakan untuk mengangkut produk WINGS agar dapat disuplai ke pengecer/retail. Setelah Produk WINGS diterima oleh PT. Cipta Laku Lestari dari WINGS Group

sebagai pemasok kemudian akan didistribusikan ke pengecer/retail di area Kota Kupang. Untuk tahap pengiriminan dari PT. Cipta Laku Lestari ke para pengecer/retail dilakukan pada pukul 08.00 pagi. Dalam proses pendistribusian produk dari PT. CiptaLaku Lestari ke pelanggan juga, PT. Cipta Laku Lestari memperhatikan efisiensi rute pengiriman, dimana perusahaan sudah melakukan pemetaan lokasi setiap pengecer/retail yang ada di Kota Kupang. Jalur pengiriman di dalam kota Kupang yang searah akan digabungkan untuk memastikan efisiensi distribusi, dengan cara penyusunan barang di dalam truk pengiriman akan disusun sesuai dengan jarak yang terdekat hingga yang terjauh, dimana barang pesanan dari retail dengan jarak yang paling jauh akan dimasukkan ke dahulu ke dalam truk hingga yang paling terakhir pengantarannya.

b. Sales

Sales merupakan rantai kedua dalam rantai pasokan PT. Cipta Laku Lestari dengan total 24 sales yang bekerja. Setiap harinya sales akan melakukan penjualan ke setiap daerah di Kota Kupang. Setiap sales mempunyai data produk dari PT. Cipta Laku Lestari yang dilihat melalui aplikasi pada tablet yang telah disediakan. Sales akan pergi menemui pengecer dan secara langsung melihat produk apa saja yang stoknya sudah berkurang atau habis. Setelah mengambil pesanan dari pengecer data pesanan akan masuk kedalam aplikasi dan akan diupload oleh sales ke bagian ekspedisi untuk esok hari nya barang akan dikirimkan. Pada PT. Cipta Laku Lestari, para sales melakukan penjualan secara langsung melalui kegiatan personal selling, yang melibatkan komunikasi secara langsung antara sales dengan pengecer, sales akan menawarkan serta mempromosikan produk-produk yang didistribusikan PT. Cipta Laku Lestari. Sales biasanya akan mengambil produk dari PT. Cipta Laku Lestari untuk digunakan sebagai contoh untuk diperkenalkan kepada pelanggan jika produk tersebut tidak diketahui oleh pelanggan atau jika sales tersebut akan bertemu dengan pelanggan baru. Para langganan sales adalah pengecer/retail yang tersebar di Kota Kupang.

2. Retail

Pengecer merupakan rantai pasokan setelah PT. Cipta Laku Lestari. Pengecer yang dimaksudkan yaitu toko-toko yang ada di Kota Kupang. Untuk penjualan produk WINGS ke pengecer sesuai dengan produk yang telah dipesan melalui sales. Para pengecer biasanya membeli produk dalam jumlah banyak untuk dijual kembali ke konsumen. menjual atau menyalurkan produk yang telah dibeli dari PT. Cipta Laku Pengecer Lestari kepada konsumen. Pengecer PT. Cipta Laku Lestari adalah toko-toko yang berada di area Kota Kupang.

3. 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 PT. Cipta Laku Lestari.

Analisis Rantai Pasok

Rantai pasokan pada PT. Cipta Laku Lestari terdapat 3 aliran yakni aliran Barang, aliran Uang, dan Aliran Informasi dengan menganalisis aliran rantai pasokan pada PT. Cipta Laku Lestari.

1. Aliran Barang

Aliran barang dari Produk hingga sampai pada Konsumen melalui rantai aliran barang pada PT. Cipta Laku Lestari terjadi dari Hulu ke Hilir yaitu mulai dari perusahaan yang berperan dalam pendistribusian hingga sampai kepada tangan konsumen sebagai pengguna akhir. Sales hanya bertugas untuk melakukan pemesannya saja kemudian akan di upload untuk masuk kedalam ekspedisi sedangkan untuk pengiriman dilakukan sehari setelah sales melakukan kunjungan sales. Aliran produk pada PT. Cipta Laku Lestari telah berjalan dengan baik. Perusahaan membeli produk dari WINGS Group berupa produk-produk WINGS kemudian mendistribusikannya kepada pengecer kemudian dijual lagi kepada pengguna terakhir/konsumen. Pengecer membeli produk dari PT. Cipta Laku Lestari melalui sales, tetapi sales hanya membuat pemesanannya saja, sedangkan untuk pengiriman akan dilakukan di hari besok dan seterusnya. Produk yang diberikan kepada sales, akan dibawa untuk memperkenalkan produk tersebut kepada pengecer. Jadi meskipun terjadi aliran produk dari PT. Cipta Laku Lestari ke Sales dan ke Pengecer namun produk tidak akan dijual tetapi hanya dibawa untuk memberi contoh produk agar pengecer bisa melihat bentuk dan ukurannya. Sedangkan untuk aliran barang pada produk dari PT. Cipta Laku Lestari kepada pengecer terjadi aliran barang dua arah, dimana pengecer bisa melakukan pemesanan melalui aplikasi. Jadi produk akan dikirimkan sesuai pesanaan dari pengecer.

2. Aliran Uang

Aliran uang dimulai dari Hilir ke Hulu. Aliran uang berawal dari konsumen sebagai pembeli dan mengalir sampai pada perusahaan dan kemudian digunakan sebagai modal untuk membeli produk dari pemasok. Aliran uang berjalan dalam satu arah yakni sebagai pertukaran dengan produk yang di beli. Terdapat dua cara pembayaran yang dilakukan oleh pengecer/retail kepada PT. Cipta Laku Lestari yaitu secara tunai dan kredit. Untuk pembayaran tunai melalui helper pengiriman dan untuk kredit melalui transfer via bank. Proses penjualan produk WINGS dari PT. Cipta Laku Lestari pembayarannya dilakukan secara kredit dan tunai. Untuk pembayaran secara tunai akan diterima secara langsung oleh Helper Kirim saat melakukan pendistribusin, sedangkan jika kredit akan melalui sistem transfer bank. Untuk penjualan secara kredit PT. Cipta Laku Lestari 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 2 minggu terhitung saat pelanggan melakukan pemesanan. Gaji dalam konteks aliran uang merujuk pada pembayaran yang diterima oleh karyawan sebagai imbalan atas pekerjaan yang telah mereka lakukan. Gaji yang diterima para sales di dapat melalui penjualan ke setiap pengecer yang ada di Kota Kupang. Semakin banyak produk yang terjual maka sales akan mendapatkan keuntungan yang besar. Dengan kehadiran aplikasi yang kini diterapkan oleh PT. Cipta Laku Lestari memudahkan para pengecer dalam melakukan pemesanan produk selain dari pada sales itu sendiri. Karena pendapatan sales hanya bersumber dari insentif yang mereka terima dari penjualan setiap produk, hal ini akan berdampak pada komisi atau insentif yang diterima oleh sales. Aliran uang menjadi terpengaruh karena

sistem penjualan yang lebih bergantung pada aplikasi, yang mengubah bagaimana pendapatan dialokasikan dalam proses transaksi, dengan uang lebih banyak mengalir ke perusahaan dan sedikit ke sales. Meskipun perusahaan bisa menghemat biaya dengan mengurangi pengeluaran untuk komisi sales, hal ini memiliki dampak negatif pada tenaga penjual. Dengan berkurangnya peran sales, banyak orang yang bekerja sebagai sales kehilangan pekerjaan atau sumber utama pendapatan mereka.

3. Aliran Informasi

Aliran informasi PT. Cipta Laku Lestari terjadi dari hulu ke hilir dan juga dari hilir ke hulu. Aliran informasi antara perusahaan dan sales berjalan dengan baik, dimana sales selalu bertukar pikiran bersama dengan sales manager sebelum melakukan penjualan, sehingga bisa melihat apa yang menjadi kekurangan untuk diatasi. Aliran informasi antara sales dan pedagang eceran 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. Dalam hal informasi, pabrik melalui perantara sales mengetahui kebutuhan dari pengecer. Untuk distribusi sendiri dimiliki oleh pabrik sendiri sehingga bisa memastikan waktu pengiriman dan produk yang diantarkan sampai ke tangan pelanggan dengan selamat. Aliran informasi antara PT. Cipta Laku Lestari dan pengecer sudah berjalan baik hal ini dikarenakan PT. Cipta Laku Lestari mempunyai aplikasi online yang bisa digunakan oleh retailer sehingga untuk sekarang para pengecer bisa membeli produk tanpa bantuan dari sales dan untuk aplikasi ini pun dapat diakses selama 24 jam.

Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan tentang analisis Manajemen Rantai Pasokan (*supply chain management*) yang terjadi pada PT. Cipta Laku Lestari dengan rantai pasok yang terlibat yaitu pabrik, distribusi, sales, 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 PT. Cipta Laku Lestari maka pabrik akan memperhatikan efisiensi distribusi, dimana rute perjalanan yang searah akan digabungkan dalam satu pengiriman. Untuk waktu pengiriman berkisar 1 hari. Hal ini dilakukan PT. Cipta Laku Lestari untuk memastikan produk sampai ke tangan pelanggan dengan selamat dan bisa memperkuat hubungan dengan pelanggan. Selain itu, distribusi yang efektif dapat meningkatkan loyalitas pelanggan. Perusahaan dapat memperkuat kepercayaan pelanggan terhadap merek dan produk mereka dengan menjamin pengiriman yang tepat waktu dan aman. Aliran uang yang terjadi pada PT. Cipta Laku Lestari 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 kredit, dan untuk penjualan secara kredit mempunyai batas waktu selama 2 minggu. Pembayaran secara tunai akan diterima langsung oleh helper kirim dari pelanggan, sedangkan untuk pembayaran melalui transfer bank dari pelanggan langsung kepada perusahaan. Perusahaan memiliki sistem pencatatan dalam bentuk aplikasi yang secara otomatis mencatat pelanggan yang telah melakukan pembelian secara kredit. Aliran informasi yang terjadi di PT. Cipta Laku Lestari 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 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, perusahaan melalui perantara sales mengetahui kebutuhan dari pengecer. Untuk distribusi sendiri dimiliki oleh perusahaan sendiri sehingga bisa memastikan waktu pengiriman dan produk yang diantarkan sampai ke tangan pelanggan dengan selamat. Pedagang eceran membeli produk dari perusahaan 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 pengecer kemudian akan memberikan data permintaan tersebut kepada perusahaan yang akan melakukan permintaan kepada supplier.

Untuk menjaga rantai pasok pada PT. Cipta Laku Lestari tetap stabil, sales tidak hanya memiliki tugas untuk mempromosikan produk tetapi juga memiliki peran untuk selalu memastikan stok produk di pengecer tetap ada melalui kunjungan harian pada retailer. Dengan mengikuti perkembangan zaman, PT. Cipta Laku Lestari juga memberikan kemudahan kepada pengecer dengan menyediakan aplikasi yang dapat memberikan akses kepada pengecer untuk dapat memesan produk secara langsung kepada perusahaan tanpa melalui sales. Dengan menerapkan system yang demikian PT. Cipta Laku Lestari dapat memastikan bahwa rantai pasok mereka tetap terjaga dan berjalan dengan baik. PT. Cipta Laku Lestari secara tidak langsung telah mencapai tujuan manajemen rantai pasokan (*supply chain management*) melalui kemampuan mendistribusikan produk dengan harga yang murah dengan kualitas yang baik, juga telah memenuhi permintaan tepat waktu dan kemampuan menyediakan produk kepada pelanggan. Secara keseluruhan, penerapan *supply chain management* (SCM) memungkinkan kolaborasi yang lebih baik antara perusahaan dan pelanggan. Dengan menggunakan praktik manajemen rantai pasokan yang tepat, PT. Cipta Laku Lestari dapat memperoleh manfaat yang signifikan dalam operasionalnya dan memperkuat hubungan dengan pelanggan.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas dapat disimpulkan bahwa pelaku rantai pasok PT. Cipta Laku Lestari yaitu Pabrik, Pedagang Grosir, Sales, Pengecer dan konsumen. Aliran barang aliran uang, dan aliran informasi sudah berjalan dengan baik pada PT. Cipta Laku Lestari, karena perusahaan membeli produk dari WINGS Group berupa produk-produk WINGS dan mendistribusikannya kepada pengecer kemudian dijual lagi kepada pengguna terakhir/konsumen. Untuk aliran uang yang berawal dari konsumen sebagai pembeli dan mengalir sampai pada perusahaan dan kemudian digunakan sebagai modal untuk membeli produk dari pemasok. Dengan memastikan produk yang didistribusikan hingga ke tangan konsumen dan aliran uang yang terjadi dari konsumen hingga sampai pada PT. Cipta Laku Lestari dan kemudian digunakan untuk membeli produk dari pemasok maka dapat dikatakan bahwa aliran barang dan aliran uang sudah berjalan dengan baik. 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. PT. Cipta Laku Lestari menjaga stabilitas rantai pasok dengan memfasilitasi pengecer melalui kunjungan harian oleh sales dan menyediakan aplikasi untuk pemesanan produk langsung. Langkah-langkah ini memastikan ketersediaan stok produk di pengecer, sehingga dapat memenuhi kebutuhan konsumen dan menjaga kelancaran rantai pasok perusahaan.

Saran

1. Bagi Perusahaan

PT Cipta Laku Lestari harus tetap mempertahankan kesejahteraan karyawan khususnya para sales dalam bentuk komisi atau bonus. Sebaiknya para sales diberikan gaji pokok yang tidak hanya bersumber penjualan yang mereka lakukan agar dapat memberikan dorongan dan motivasi dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawab mereka dengan maksimal

PT cipta Laku Lestari harus tetap menjaga dan mempertahankan hubungan kerja sama antar pelaku rantai pasokan agar usaha yang dijalankan tetap bertahan dan bisa berkembang lebih baik lagi, terutama kepada pengecer sebagai customer nya. Selain itu juga memanfaatkan teknologi informasi, seperti media sosial untuk memasarkan produknya perlu di pertahankan.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, terutama karena objek penelitian hanya mencakup perusahaan distribusi yang bergerak di bidang tertentu. Hal ini mengakibatkan hasil penelitian tidak dapat digeneralisasikan untuk sektor distribusi lainnya. Oleh karena itu, peneliti selanjutnya disarankan untuk melakukan penelitian pada perusahaan di sektor yang berbeda seperti perusahaan manufaktur.

DAFTAR PUSTAKA

- Afrizal Miradji, M. (2014). *Analisis Supply Chain Management Pada Pt. Monier Di Sidoarjo*. X(19).
- Anwar, S. N. (2011). Manajemen Rantai Pasokan (Supply Chain Management) : Konsep Dan Hakikat. *Jurnal Dinamika Informatika*, 3(2), 1–7. <http://www.unisbank.ac.id/ojs/index.php/fti2/article/view/1315/531>
- Ackoff center for advancement of systems approaches. (2019). *Systems Theory (Russell Ackoff)*. ACASA. https://ackoffcenter.blogs.com/ackoff_center_weblog/2019/04/systems-theory-russell-ackoff.html
- Andi Prastowo. (2010). *Menguasai Teknik-teknik Koleksi Data Penelitian Kualitatif (Bimbingan dan Pelatihan Lengkap Serba Guna)*. DIVA PRESS.
- Biaya, E., Pt, P., Jaya, A., Makassar, B., Dwi, A., Ramadhani, P., Rachmat, R. R., & Amalia, S. I. (2023). *SEIKO : Journal of Management & Business Analisis Supply Chain Management Dalam Meningkatkan*. 6(1), 378–384.
- Binus.ac.id. (2021). *Konsep dan Ruang Lingkup Supply Chain*. ..Binus.Ac.Id. <https://mie.binus.ac.id/2021/02/04/rantai-pasok/>
- Fakri Mursala, Grace Amalia Tondang, S. A. (2022). Analisis Supply Chain Management Terhadap Kesiediaan Bahan Pokok. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 2(Julil), 490–496.
- Fanggidae, R. P., Amtiran, P. Y., Fa'ah, Y. S., Kamuri, K. J., & Aman, D. K. (2023). Supply Chain Analysis Of Beef In Kupang City. *Eduvest-Journal of Universal Studies*, 3(1), 154-167.

- Fikri Firdaus, & Wiji Safitri. (2023). Analisis Halal Supply Chain Serta Pengaruhnya Terhadap Performance UMKM Makanan di Kabupaten Bekasi. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 9(4), 1101–1112. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v9i4.1239>
- Guy Burgess. (1994). *Kenneth Boulding: Warisan Ide*. Beyond Intractability. https://www-beyondintractability-org.translate.goog/library/kenneth-boulding-legacy-ideas?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=id&_x_tr_hl=id&_x_tr_pto=tc
- Goodstats.id. (2023). *Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Dalam 10 Tahun Terakhir*. Goodstats.Id. <https://data.goodstats.id/statistic/melasyhrn/pertumbuhan-ekonomi-indonesia-dalam-10-tahun-terakhir-fivcI>
- Heru Nugroho. (2012). Pendekatan Soft System Methodology Untuk Membangun Sebuah Sistem Informasi Proyek Akhir. *Konferensi Nasional Sistem Informasi, February 2012*.
- Hayati, E. N. (2014). Supply Chain Management (SCM) Dan Logistic Management. *Jurnal Dinamika Teknik*, 8(1), 25–34.
- Jamaludin, M. (2022). Perencanaan Supply Chain Management (Scm) Pada Pt. Xyz Bandung Jawa Barat. *Kebijakan: Jurnal Ilmu Administrasi*, 13(Vol. 13 No. 2, Juni 2022), 70–83. <https://doi.org/10.23969/kebijakan.v13i2.4552>
- Kindangen, P., Debbie Palandeng, I., Ekonomi dan Bisnis, F., & Manajemen Universitas Sam Ratulangi Manado, J. (2018). Analisis Manajemen Rantai Pasokan Spring Bed Pada Pt. Massindo Sinar Pratama Kota Manado (Analysis Supply Chain Management (Scm) Spring Bed At Pt. Massindo Sinar Pratama Kota Manado). *Jurnal EMBA*, 5(2), 893–900.
- Lexy J. Moleong. (2007). *Metodologi penelitian kualitatif edisi revisi* (Cet. 24). Remaja Rosdakarya.
- Leppe, E. P., Karuntu, M., & Manajemen..., A. (2019). Analisis Manajemen Rantai Pasokan Industri Rumahan Tahu Di Kelurahan Bahu Manado Analysis of Home-Based Industrial Tofu Supply Chain Management in Bahu Manado. *Jurnal EMBA*, 7(1), 201–210.
- Maret Wijaya, H., Deswantoro, 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>
- Nabila, V. S., Lubis, M. I., & Aisyah, S. (2022). Analisis Perencanaan Supply Chain Management pada Seneca Coffe Studio Kota Medan. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)*, 2(1), 1734–1744.
- Nugroho, F. (2013). *Rancang Bangun E-Supply Chain Management Pada Perusahaan Otomotif*. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Pouvreau, D., & Drack, M. (2007). On the history of Ludwig von Bertalanffy’s “general Systemology”, and on its relationship to cybernetics. *International Journal of General Systems*, 36(3), 281–337. <https://doi.org/10.1080/03081070601127961>
- Susanto, R. (2017). Model Supply Chain Management untuk Distribusi Produk Paper Roll di PT. XYZ. *Prosiding Seminar Nasional Komputer Dan Informatika (SENASKI) 2017, 2017*, 978–602.
- Sherry, Rizqi Anantia, Kristina, Jessica Valeria, & Selen Angelina. (2023). Analisis Supply Chain Management pada PT. Toyota Manufacturing Indonesia. *Jurnal Kolaboratif Sains*, 6(6), 503–508. <https://doi.org/10.56338/jks.v6i6.3617>
- Septiawan, B. (2018). Keberhasilan Implementasi Sistem E-Procurement pada Pemerintah Daerah se-Provinsi Jawa Barat. *Jurnal Kajian Akuntansi*, 2(1), 23. <https://doi.org/10.33603/jka.v2i1.1240>