

**ANALISIS PERENCANAAN SUPPLY CHAIN MANAGEMENT (SCM)
PADA PT. SINAR GALESONG PRATAMA**

Oleh:
Melva F. Manambing¹
Petrus Tumade²
Jacky S. B. Sumarauw³

^{1,2,3}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen
Universitas Sam Ratulangi Mando
email: ¹melvmanambing100612154@yahoo.co.id
²tumade.petrus@yahoo.com
³iq_SBS@yahoo.com

ABSTRAK

Manajemen rantai pasokan sangat dibutuhkan dalam sebuah perusahaan karena dapat membantu dalam proses perkembangannya. Manajemen rantai Pasokan meliputi proses pemilihan pemasok, perencanaan logistik, pendistribusian pasokan. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui proses pemilihan pemasok, perencanaan logistik, dan pendistribusian logistik pada PT. Sinar Galesong Pratama Manado. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang fokus pada analisis perencanaan *supply chain management*. Hasil penelitian ini adalah Proses pemilihan pemasok di PT. Sinar Galesong Pratama melalui kerjasama dengan agen tunggal pemegang merek Suzuki di Indonesia yaitu PT. Suzuki Indomobil Sales. Perencanaan logistik pada PT. Suzuki Indomobil Sales termasuk terbaik dari segi kualitas produk, harga yang kompetitif, kredibilitas perusahaan pemasok, efisiensi waktu, efisiensi lokasi, serta efisiensi biaya. Pendistribusian pasokan dari PT. Sinar Galesong Pratama ke toko-toko bekerja sama dalam proses penjualan *spare part* asli Suzuki sehingga dapat membantu dalam proses penjualan. Mengingat area pelayanan tersebar luas di Sulawesi Utara maka manajemen PT. Sinar Galesong Pratama dapat membangun pabrik baru di wilayah Sulawesi contohnya di KAPET Bitung, hal ini Tujuannya untuk dapat mempercepat pelayanan dan *supply* logistik di wilayah Sulawesi Utara.

Kata kunci: pemilihan pemasok, perencanaan, pendistribusian

ABSTRACT

Supply chain management is needed in a company because it can help in the development process. Supply chain management involves the process selection of suppliers, logistics planning, supply distribution. The purpose of the study was to determine the supplier selection process, planning logistics, and distribution logistics in PT. Sinar Galesong Pratama Manado. This study used qualitative methods that focus on the analysis of supply chain management planning. The results of this study are in the process of selecting a supplier PT. Sinar Galesong Pratama through collaboration with Suzuki's sole agent in Indonesia, PT. Suzuki Indomobil Sales. Logistics Planning at PT. Suzuki Indomobil Sales including the best in terms of quality products, competitive prices, the credibility of the company's suppliers, time efficiency, the efficiency of the location, as well as cost efficiency. Distribution of supplies from PT. Sinar Galesong Pratama to stores cooperate in the sale of genuine Suzuki parts so as to assist in the sales process. Given the widespread service area in North Sulawesi, the management of PT. Primary Galesong rays can build a new plant in the region Sulawesi KAPET example in Bitung, this objective is to be able to speed up service and supply logistics in North Sulawesi.

Keywords: *supplier selection, planning, distribution*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Manajemen Rantai Pasokan sangat di butuhkan dalam sebuah perusahaan karena dapat membantu dalam proses perkembangannya. Manajemen rantai pasokan meliputi proses pemilihan pemasok, perencanaan logistik dan pendistribusian pasokan. Proses Pemilihan Pemasok merupakan salah satu faktor kesuksesan perusahaan. Pemilihan pemasok dimana dengan pemasok yang tepat akan memberikan garansi kelancaran pasokan aliran barang dan jasa khususnya bahan baku untuk menjaga proses produksi. Pemilihan pemasok merupakan aktivitas penting di bagian pengadaan untuk mencapai keunggulan bersaing.

Industri Logistik di Indonesia berkembang sangat pesat. Meski krisis global terjadi mulai tahun mulai tahun 1998 membuat banyak kalangan pelaku industri menghentikan produksi, yang selanjutnya berdampak pada penurunan permintaan termasuk *Delivery*. Tetapi, industri logistik di Indonesia masih tumbuh cukup baik. Di kala setiap negara tidak dapat lari dari tuntutan untuk membuka pasar, perhatian terhadap industri logistik internasional juga semakin meningkat. Negara-negara semakin menyadari pentingnya peran industri logistik global yang dapat menunjang arus perdagangan lintas batas mereka.

Sistem logistik yang berlaku pada saat ini juga masih ada yang belum diketahui oleh para pengusaha kecil menengah. Padahal Sistem logistik ini dapat membantu banyak hal untuk perkembangan usaha. Untuk itu perlu dilakukan berbagai penelitian logistik antara lain pemilihan pemasok.

PT. Sinar Galesong Pratama sebagai salah satu perusahaan yang bergerak di industri kendaraan bermotor, tumbuh di Indonesia perlu untuk dimodernisasi dengan bantuan berbagai *tool* manajemen operasional seperti analisis logistik pemilihan pemasok seperti dalam penelitian ini. Logistik dari perusahaan khususnya *spare part* sepeda motor merek Suzuki.

Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui proses pemilihan pemasok, perencanaan logistik, dan pendistribusian logistik pada PT. Sinar Galesong Pratama Manado.

TINJAUAN PUSTAKA

Manajemen Rantai Pasokan (*Supply Chain Management*)

Manajemen Rantai Suplai (*Supply chain management*) adalah sebuah proses di mana produk diciptakan dan disampaikan kepada konsumen dari sudut struktural. Sebuah *supply chain* (rantai pasokan) merujuk kepada jaringan yang rumit dari hubungan yang mempertahankan organisasi dengan rekan bisnisnya untuk mendapatkan sumber produksi dalam menyampaikan kepada konsumen. (Kalakota, 2000:197). Manajemen rantai pasokan (*supply chain management*) adalah integrasi berbagai aktivitas pengadaan bahan dan pelayanan, perubahan menjadi barang setengah jadi dan produk akhir serta pengiriman ke pelanggan. (Heizer dan Render, 2010:40)

Manajemen Logistik

Manajemen Logistik didefinisikan sebagai Proses pengelolaan yang strategis terhadap pemindahan dan penyimpanan barang, suku cadang dan barang jadi dari supplier, di antara fasilitas-fasilitas perusahaan dan kepada para langganan. (Bowersox, 2006:13). Logistik adalah proses yang terorganisasi dimana mengatur aliran barang dagangan dari sumber Pasok ke vendor, pengrosir atau distributor melalui fungsi proses internal, sampai barang dagangan terjual dan sampai ke tangan pelanggan. (Levi & Weitz, 2002:329)

Pemilihan Pemasok Logistik

Gencer dan Gurpinar (dalam Kurniawati, dkk, 2013:25), faktor kesuksesan perusahaan salah satunya adalah pemilihan pemasok. Pemasok yang dipilih dengan tepat dapat menjamin ketersediaan bahan baku untuk menjaga lintasan produksi. Memilih pemasok merupakan masalah multi kriteria dimana setiap kriteria digunakan mempunyai kepentingan berbeda dan informasi mengenai hal tersebut tidak diketahui dengan tepat. Pemilihan pemasok berdasarkan penawaran harga yang paling rendah sudah tidak efektif dan efisien lagi. Untuk mendapatkan kinerja rantai pasokan yang maksimal harus menggabungkan faktor lainnya yang sesuai

dan selaras dengan tujuan perusahaan. Pemilihan pemasok yang tepat tidak hanya pemasok yang dapat memberikan material yang berkualitas, tepat waktu, dan harga terjangkau namun juga harus memberikan *service* yang optimal baik dari segi responsif, kelancaran komunikasi dan informasi. (Yoserizal dan Singgih, 2012:75).

Perencanaan Logistik

Perencanaan merupakan dasar aktifitas manajemen yang lain. Dalam kegiatan perencanaan ini dilakukan proses analisis, pemikiran, penelitian dan perhitungan dalam upaya memenuhi kebutuhan-kebutuhan logistik. Untuk itu diperlukan sumber daya manusia yang mumpuni di bidang perencanaan logistik ini sehingga dapat mengambil keputusan secara tepat dan cepat. Setelah perencanaan dilakukan, maka tindakan selanjutnya yang harus dilakukan oleh manajer dan staf logistik adalah melaksanakan proses pengadaan barang/ jasa yang dibutuhkan. Banyak metode pengadaan barang yang dapat dipilih, misalnya: peminjaman, sewa, kontrak atau pembelian. Cara dan proses yang seperti apa yang perlu diambil oleh unit logistik sangat dipengaruhi oleh kemampuan dan kondisi organisasi/ perusahaan masing-masing. (Sulistio, 2012:5).

Perencanaan logistik adalah merencanakan kebutuhan logistik yang pelaksanaannya dilakukan oleh semua calon pemakai (*user*) kemudian diajukan sesuai dengan alur yang berlaku di setiap organisasi. (Mustikasari, 2007:4).

Pendistribusian Logistik

Kotler dan Keller (2009:106), saluran distribusi logistik adalah suatu perangkat organisasi yang tergantung yang tercakup dalam proses yang membuat produk atau jasa menjadi untuk digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen atau pengguna bisnis. Warren J Keegan (2003:86), Saluran Distribusi adalah saluran yang digunakan oleh produsen untuk menyalurkan barang tersebut dari produsen sampai ke konsumen atau pemakai industri.

Penelitian Terdahulu

1. Penelitian Akbar (2011), Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana proses manajemen logistik dalam suatu event. Untuk memenuhi semua kebutuhan Logistik pada suatu event dibutuhkan sebuah pengelolaan atau manajemen yang meliputi perencanaan pengadaan dan pengendalian, guna lancar dan suksesnya acara suatu event, event Organizer memerlukan kerjasama dari berbagai pihak diantaranya dengan supplier event dan client dari event tersebut. Dari pembahasan disimpulkan: Pada proses perencanaan dilakukan technical meeting oleh penyelenggara bersama dengan pemakai jasa penyelenggara agar memahami kebutuhan acara dalam hal logistik. Setelah itu, penyelenggara bekerjasama dengan para suppliers untuk pemenuhan kebutuhan logistik. Selanjutnya proses pengadaan merupakan proses untuk merealisasi atau mewujudkan kebutuhan yang telah direncanakan atau telah disetujui sebelumnya oleh pihak penyelenggara PT. Pentara Divia dan PT. Toyota Boshoku Indonesia sebagai pemakai jasa penyelenggara. Proses pengendalian dilakukan untuk pengendalian keseluruhan kebutuhan logistik, agar penyelenggara mengetahui apakah pelaksanaan dan pengadaan logistik sesuai dengan perencanaan.
2. Utami, dkk (2011), Penelitian bertujuan untuk mengetahui implementasi dari manajemen logistik kantor pada PMI Surakarta. Metode penelitian menggunakan metode kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa organisasi menerapkan manajemen logistik namun di lapangan masih kekurangan sumber daya manusia dan terlalu banyak fungsi dari pergudangan dan manajemen kantor. Untuk itu diperlukan pemberdayaan sumber daya manusia dan peningkatan model logistik organisasi.
3. Penelitian Irani dan Hermawan (2012), Penelitian ini berjudul Pemilihan Supplier Bahan Baku Benang dengan Menggunakan Metode Analytic Network Process ANP (Studi Kasus Home Industri Nedy). Tujuan penelitian adalah untuk menganalisis pemilihan supplier menggunakan metode ANP. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemasok Bandung Indah Gemilang (BIG) memiliki bobot yang paling besar dan paling layak dijadikan supplier untuk perusahaan.
4. Penelitian Budiman (2013), Keunggulan optimasi dan integrasi *supply chain* menjadi fokus dari beberapa organisasi perusahaan besar yang ada di dunia. Implementasi *supply chain* merupakan salah satu bagian penting untuk memperbaiki kemampuan kompetisi organisasi bisnis. Upaya yang dapat ditempuh adalah merancang dan membuat alternatif agar dapat meminimalisir waktu, biaya, dan memaksimalkan proses. Pengumpulan data menggunakan metode penelitian kualitatif yaitu melakukan prosedur pengumpulan data melalui wawancara serta dokumentasi berdasarkan observasi dan dengan metode snowball sampling. Sumber data penelitian adalah UD Maju Jaya sebagai salah satu produsen daging ayam di Kota Manado.

Temuan dilapangan bahwa kondisi rantai pasok yang terjadi di UD. Maju Jaya selama ini adalah proses peternakan ayam di UD. Maju Jaya, dibeli oleh Pemborong, kemudian di distribusi ke Supermarket dan Pasar Bersehati Manado melalui pedagang hingga ke pengguna akhir. Saran yang dapat dikemukakan adalah perusahaan dapat memotong jalur rantai pasok dengan membuat alternatif lain guna meningkatkan pendapatan dan efisiensi usaha.

METODE PENELITIAN

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif karena metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah dimana peneliti sebagai instrument kunci. Obyek yang alamiah ialah obyek yang apa adanya, tidak dimanipulasi oleh peneliti sehingga kondisi pada saat peneliti berada di obyek dan setelah keluar dari obyek relatif tidak berubah. Penelitian kualitatif dimulai dengan pengumpulan informasi-informasi dalam situasi sewajarnya, untuk dirumuskan menjadi suatu generalisasi yang dapat diterima oleh akal sehat manusia (Sugiyono 2010:205). Masalah yang akan diungkapkan dapat disiapkan sebelum pengumpulan data (informasi) akan tetapi mungkin saja berkembang dan berubah selama kegiatan penelitian dilakukan. Makna informasi-informasi yang bersifat khusus itu dalam bentuk teoritis melalui proses penelitian kualitatif tidak mustahil akan menghasilkan teori-teori baru, tidak sekedar untuk kepentingan-kepentingan praktis (Moleong,2004:85). Penelitian ini berfokus pada analisis perencanaan *supply chain management (SCM)* pada PT. Sinar Galesong Pratama Manado. Waktu penelitian berlangsung Februari 2014 pada PT. Sinar Galesong Pratama Manado.

Populasi dan Sampel

Penelitian kualitatif populasi dan sampel dalam penelitian yang diambil adalah disebut informan, Informan penelitian ialah orang yang benar-benar tahu atau pelaku yang terlibat langsung dengan permasalahan penelitian. Maksud dari sampling ialah menggali informasi yang akan menjadi dasar dan rancangan serta teori yang muncul (Simamora, 2008:36). Penetapan informan ditentukan berdasarkan kajian penelitian yaitu pihak PT. Sinar Galesong Pratama Manado.

Cara Pengumpulan Data

Instrumen utama pengumpulan data pada penelitian kualitatif ialah peneliti itu sendiri atau apa yang disebut sebagai *human instrument* (Danim, 2002:209). Sebagaimana disebutkan, tujuan kualitatif bersifat mendeskripsikan keadaan atau fenomena yang sedang terjadi, oleh sebab itu instrumen diperlukan karena peneliti dituntut dapat menemukan data yang diangkat dari fenomena atau peristiwa tertentu, peneliti dalam melaksanakan wawancara walaupun sifatnya tak terstruktur tetapi minimal peneliti menggunakan pedoman pertanyaan yang akan ditanyakan sebagai catatan, yang juga disebut sebagai pedoman wawancara *interview guide* (Arikunto, 2010:203).

Teknik Analisis Data

Data yang telah terkumpul, dianalisis dengan menggunakan langkah-langkah yang sering disebut triangulasi, yang dikemukakan oleh (Sugiyono, 2010:243) yaitu: (1) Reduksi data; (2) Display Data; (3) Kesimpulan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

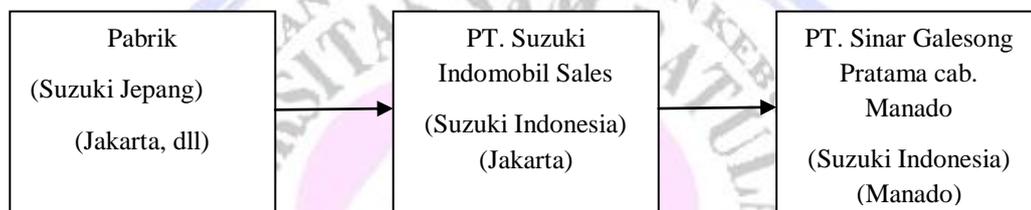
Sejarah PT. Sinar Galesong Pratama

Cikal bakal PT. Sinar Galesong Pratama adalah perusahaan yang bergerak di bidang perdagangan di tahun 1975 dengan nama PT. Sinar Galesong. Untuk meningkatkan kinerja dan pelayanan kepada dealer maupun konsumen maka pada tahun 1991, PT. Sinar Galesong Pratama berdiri pada tanggal 4 Februari 1991. PT. Sinar Galesong Pratama Manado merupakan cabang dari PT. Sinar Galesong Pratama Makassar. Sejak pendiriannya, status PT. Sinar Galesong Pratama Makassar merupakan *main dealer* sepeda motor merek Suzuki dengan wilayah pemasaran yang meliputi 4 propinsi yaitu Sulawesi Selatan, Sulawesi Tengah, Sulawesi Tenggara, Sulawesi Utara dan Gorontalo. Pada awalnya, PT. Sinar Galesong Pratama Makassar berlokasi di

jalan Sulawesi No.84-86 Makassar dan pada tahun 1996 kantor tersebut telah resmi menjadi kantor cabang dan pada tahun itu pula PT. Sinar Galesong Pratama Makassar menempati kantor barunya di jalan Andi Pangerang Pettarani No.55 Makassar. Kantor inilah yang kemudian sampai sekarang menjadi kantor pusat dan sekaligus *showroom* dan *service centre* untuk sepeda motor merek Suzuki. Pada kantor inilah seluruh aktivitas perusahaan dan pendistribusian sepeda motor merek Suzuki ke berbagai daerah di wilayah Sulawesi dikendalikan. Untuk meliputi wilayah pemasaran, maka PT. Sinar Galesong Pratama Makassar memiliki 6 cabang di Sulawesi Selatan (Cabang Sulawesi, Urip Sumoharjo, Veteran Utara, Sultan Alauddin, Gowa, Paolopo), 3 cabang di Sulawesi Utara (Cabang Malalayang, Kalragi, Bitung, dan Gorontalo), 2 cabang di Sulawesi Tenggara (Cabang Kendari dan Unaaha), dan 1 cabang di Sulawesi Tengah (Cabang Palu). Selain itu diseluruh wilayah tersebut PT.Sinar Galesong Pratama Makassar memiliki 44 sub dealer yang membantu memasarkan unit motor merek Suzuki yang juga sekaligus sebagai jaringan bengkel resmi sepeda motor Suzuki (data Per Desember 2011). Dasar dari terbentuknya cabang dan sub dealer merupakan realisasi dari kebijaksanaan pimpinan yang disesuaikan dengan keinginan dan kebutuhan konsumen setelah dipertimbangkan oleh manajer perusahaan dan juga demi perluasan pemasaran.

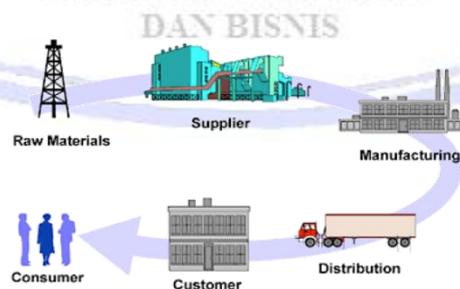
Hasil Wawancara

Wawancara dilakukan terhadap para informan penelitian yang terdiri dari pihak manajemen, karyawan, konsumen PT. Sinar Galesong Pratama cabang Manado. Model logistik onderdil di PT. Sinar Galesong Pratama cabang Manado mulai dari pabrik sampai ke perusahaan dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Logistik Basic dari Suzuki Manado

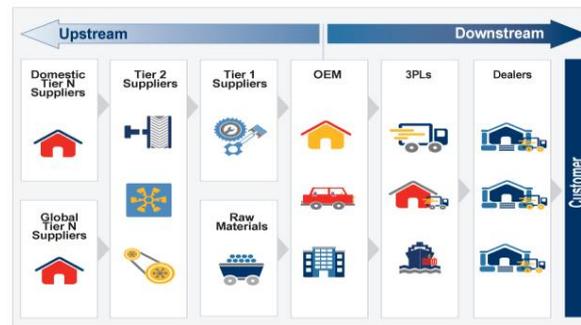
Gambar 1 menjelaskan bahwa onderdil atau *spare part* dari pabrik langsung dipesan ke pabrik oleh PT. Sinar Galesong Pratama cab. Manado melalui PT. Suzuki Indomobil Sales yaitu Agen Tunggal Pemegang Merek (ATPM) Suzuki di Indonesia. Dengan hanya menunjuk kepada satu agen tersebut kelebihanannya adalah harga kompetitif, kualitas produk yang asli dan terjamin, sedangkan kelemahannya adalah tidak ada alternative pemasok lain. Untuk memperoleh dan merencanakan pasokan logistik tersebut ditentukan oleh kebutuhan dan analisis dari direktur seperti direktur operasional, manajer pemasaran dan sales, serta manajer *spare part*. Alur logistik sampai ke konsumen tersebut dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Logistik Suzuki Sampai Ke Konsumen

Gambar 2, menjelaskan mulai dari bahan mentah yang dipesan oleh perusahaan induk misalnya biji besi, biji plastic (bahan dasar plastic), baja, karet mentah aluminium, kemudian dikirim supplier dimana supplier mengolah beberapa bahan mentah tersebut menjadi barang setengah jadi seperti biji besi menjadi mur dan baut-buat, karem mentah menjadi karet pelapis, dan sebagainya selanjutnya dikirim ke pabrikan untuk dibuat berbagai bahan seperti suku cadang dan juga mesin-mesin untuk dijadikan mobil ataupun dijadikan bahan untuk suku cadang yang akan dikirim ke OEM. Selanjutnya dari pabrik produk tersebut distiribusikan ke perusahaan

seperti PT. Suzuki Indomobil Sales yang akan dikirimkan ke dealer ataupun ke konsumen seperti toko-toko suku cadang yang selanjutnya akan dijual ke konsumen akhir. Gambar 3 merupakan logistik Suzuki secara lengkap.



Gambar 3. Logistik Suzuki Secara Lengkap

Gambar 3 terlihat alur logistik perusahaan Suzuki mulai dari hulu (*upstream*) sampai ke hilir (*downstream*). Untuk di hulu yaitu supplier tingkat 1 yang merupakan supplier terpenting Suzuki dimana tingkat 1 mensuplai komponen terbesar dari perusahaan seperti suspensi ataupun roda gigi, selanjutnya turun ke tingkat 2 merupakan supplier yang menyediakan komponen untuk supplier 1 seperti unit pompa, motor elektrik, serta perakitan gigi. Selanjutnya untuk supplier tingkat 3 yang merupakan penyedia tingkat dua mulai dari pelapis, perekat dan komponen-komponen mesin. Untuk supplier 1 merupakan perusahaan atau pabrik yang harus dekat dengan OEM pabrik supplier 1 ada di Cina, India serta Indonesia. Selanjutnya dari supplier 1 atau pabrik kemudian didistribusikan ke OEM yaitu untuk Indonesia adalah PT. Suzuki Indomobil Sales sebagai OEM utama di Indonesia sekaligus supplier utama dan supplier tunggal bagi pihak dealer di seluruh Indonesia ataupun untuk ekspor ke luar Indonesia. Selanjutnya dari OEM yaitu PT. Suzuki Indomobil Sales kemudian dikirim ke dealer di daerah melalui logistik pihak ketiga (LPK) (3PLS: *third party logistics*) ke dealer seperti di PT. Sinar Galesong Pratama Manado dan selanjutnya didistribusikan ke konsumen baik konsumen toko-toko reseller ataupun ke konsumen langsung.

Pembahasan

Pemilihan Pemasok

Pemilihan pemasok menurut para ahli logistik bahwa salah satu faktor kesuksesan perusahaan adalah pemilihan pemasok dimana dengan pemasok yang tepat akan memberikan garansi kelancaran pasokan aliran barang dan jasa khususnya bahan baku untuk menjaga proses produksi. Pemilihan pemasok merupakan aktivitas penting di bagian pengadaan untuk mencapai keunggulan bersaing. Pemilihan pemasok berkaitan dengan banyak faktor, dimana setiap faktor digunakan untuk kepentingan berbeda dan informasi kebanyakan tidak diketahui secara pasti dan tepat. Untuk mendapatkan pemilihan pemasok yang maksimal harus mencari kriteria-kriteria lain yang relevan dengan tujuan perusahaan. Pemilihan pemasok bersifat banyak kriteria meliputi faktor kualitas dan kuantitas seperti kualitas pengiriman, kinerja masa lalu, garansi, harga, kemampuan teknik, dan kondisi finansial. Pemilihan pemasok yang tepat dapat memberikan bahan baku yang berkualitas, harga yang terjangkau, serta ketepatan waktu pengiriman ditambahkan juga faktor kriteria harga, layanan, ketepatan pengiriman dan kepercayaan sebagai dasar memilih pemasok.

PT. Sinar Galesong Pratama cabang Manado merupakan perusahaan yang bergerak di bidang otomotif khususnya distribusi, penjualan serta layanan perbaikan sepeda motor merek Suzuki. Perusahaan ini memperoleh distribusi produk sepeda motor merek Suzuki dari Jepang dan bahan baku suku cadang sepeda motor asli merek Suzuki dari PT. Indomobil Sales yang berlokasi di Jakarta. Pemilihan pemasok dalam penelitian ini berdasarkan hasil penelitian bahwa pemasok PT. Sinar Galesong cabang Manado untuk sepeda motor Suzuki sejak awalnya sudah melalui PT. Indomobil Sales yang merupakan Distributor Tunggal produk sepeda motor dan suku cadang merek Suzuki dari Jepang. Hal ini menjadikan kemitraan antara pemasok yaitu PT. Indomobil Sales berlaku secara eksklusif.

Cara mendatangkan pesanan onderdil atau *spare part* untuk sepeda motor dan mobil merek Suzuki tersebut dari ATPM PT. Suzuki Indomobil Sales adalah didapatkan bersama-sama dengan pesanan mobil dan motor ataupun dipesan sesuai dengan kebutuhan selama beberapa bulan namun untuk pesanan mendadak juga bisa dilakukan jika terjadi kelebihan permintaan dan persediaan atau stock *spare part* onderdil habis, yaitu dengan memesan suatu produk dan menunggu selama beberapa hari.

PT. Sinar Galesong Pratama sejak awal tidak mencari alternative pemasok lainnya khususnya yang berkualitas di bawah pabrikan asli Suzuki untuk mencegah kualitas rendah ataupun kualitas yang diragukan. Jika toko-toko di Manado dan sekitarnya memesan onderdil di perusahaan namun untuk yang onderdil kualitas lebih rendah seperti buatan Taiwan atau Cina, PT. Sinar Galesong Pratama tidak menyediakannya.

Pemilihan pemasok pada penelitian ini sudah sangat baik dan unggul dari segi kualitas, jika di bandingkan dengan penelitian terdahulu oleh Irani & Hermawan (2012) yaitu mereka menggunakan metode *Analytic Network Process (ANP)* lebih menekankan kepada analisa terhadap pemasok dengan kualitas pemasok yang baik yang memiliki bobot paling besar.

Perencanaan Logistik

Perencanaan logistik merupakan kegiatan pemikiran, penelitian, perhitungan, dan perumusan tindakan-tindakan yang akan dilakukan di masa yang akan datang, baik berkaitan dengan kegiatan-kegiatan operasional dalam pengadaan logistik, penggunaan logistik, pengorganisasian, maupun penengendalian logistik. Dengan demikian maka secara sederhana perencanaan logistik ini dapat diartikan sebagai proses perumusan kebutuhan-kebutuhan logistik yang akan digunakan pada masa yang akan datang untuk mendukung tercapainya tujuan organisasi/ perusahaan secara efektif dan efisien.

Perumusan kebutuhan logistik ini didahului oleh usulan dari berbagai unit kerja yang ada. Dalam proses perencanaan ini setidaknya-tidaknya harus mampu menjawab berbagai pertanyaan seperti: (1) Barang apa yang akan diadakan? (2) Mengapa barang itu perlu diadakan? (3) Kapan barang tersebut akan dibutuhkan? (4) Kapan barang itu akan diadakan? (5) Dimana barang tersebut dapat diperoleh? (6) Siapa yang akan menggunakan barang-barang tersebut? (7) Siapa yang bertanggung jawab melakukan pengadaan barang? (8) Seberapa banyak barang itu dibutuhkan? (9) Berapa harga barang-barang yang akan diadakan? (10) Bagaimana cara pengadaan barangnya? (11) Bagaimana prosedur pengadaan barang? (12) Bagaimana aturan-aturan tentang pengadaan barang baik di internal organisasi maupun dari pihak lain?

Saat ini yang menjadi penentu dalam pemilihan, pengadaan pemasok, serta pengelolaan pemasok *spare part* antara lain pihak ATPM, pihak manajemen di daerah, dan dari pihak manajemen antara lain direktur, manajer operasional, manajer pemasaran, manajer sales, serta manajer *spare part*.

Faktor-faktor yang dianggap berpengaruh terhadap perencanaan logistik yaitu kualitas produk dari pemasok, harga yang kompetitif, kredibilitas perusahaan pemasok, efisiensi waktu, efisiensi lokasi, serta efisiensi biaya. Hal-hal tersebut yang berpengaruh terhadap keputusan memilih pemasok saat ini yaitu PT. Suzuki Indomobil Sales. Namun jika ada alternative perusahaan lainnya maka juga dapat dipertimbangkan kedekatan lokasi, harga yang lebih murah, kualitas yang mungkin lebih tinggi dari yang ada saat ini, kehandalan, ketepatan waktu, serta kemampuan menyediakan logistik secara efektif dan efisien.

Perencanaan logistik ini penting dilakukan karena dalam perencanaan ini dibahas mengenai hal-hal sebagai berikut: (1) Ramalan jumlah dan kualitas barang yang dibutuhkan; (2) Tujuan akhir yang akan dicapai dari apa yang telah direncanakan keseluruhannya; (3) Suatu program yang terdiri dari serangkaian tindakan kegiatan untuk mencapai tujuan manajemen logistik berdasarkan pada prioritas pelaksanaan; (4) Jadwal pekerjaan logistik sehingga dapat diselesaikan tepat pada waktunya; (5) Anggaran untuk mengalikasikan sumber-sumber yang ada atas dasar efisiensi dan efektifitas, anggaran belanja ini dinyatakan dalam bentuk uang; (6) Cara yang tepat dalam pengadaan dan distribusi logistik; (7) Penafsiran kebijakan yang akan diambil agar terjamin dalam keselarasan dan keseragaman kegiatan serta tindakan logistik yang akan dilakukan.

PT. Sinar Galesong Pratama secara umum bersedia untuk dibantu oleh pihak universitas atau perguruan tinggi dalam rangka metode ataupun analisis ilmiah berkaitan dengan perencanaan, pemilihan, dan pengadaan logistik ataupun manajemen logistik lainnya di perusahaan mereka. Hal ini dalam rangka untuk mencapai manajemen logistik yang efektif dan efisien guna menunjang pencapaian visi, misi serta tujuan perusahaan dan

pencahayaan perusahaan di masa yang akan datang. Hal ini untuk meningkatkan inovasi dan juga penggunaan sains dan teknologi dalam menghadapi persaingan seperti perusahaan-perusahaan yang sudah mapan lainnya di bidang kendaraan bermotor seperti merek-merek Jepang lainnya serta merek-merek Korea, Amerika Serikat, Eropa, Cina, India, dan sebagainya.

Perencanaan Logistik pada penelitian ini menekankan pada proses perencanaan logistik yang berkualitas. Perencanaan Logistik pada penelitian ini menekankan pada proses perencanaan logistik yang berkualitas, namun jika di bandingkan dengan penelitian terdahulu oleh Utami, dkk (2011) yang menerapkan manajemen logistik namun di lapangan masih kekurangan sumber daya manusia, sehingga perencanaan logistik ini pada penelitian masih kurang baik dan perlu untuk dilakukan pemberdayaan sumber daya manusia.

Pendistribusian Logistik

Pendistribusian logistik secara singkat diartikan sebagai kegiatan pengiriman atau penyaluran barang dan jasa dari produsen ke konsumen. Pendistribusian logistik merupakan proses penyampaian secara efisien, efektif, aliran dan penyimpanan barang, jasa dan informasi terkait dari titik asal ke titik konsumsi yang bertujuan untuk memenuhi kesesuaian kebutuhan konsumen. Pendistribusian logistik dalam penelitian ini adalah kegiatan yang mendistribusikan barang dari PT. Sinar Galesong Pratama ke toko-toko yang bekerja sama dalam menjual onderdil asli Suzuki. Kegiatan distribusi logistik di lakukan pada saat pasokan di terima di gudang perusahaan di manado kemudian didistribusikan ke toko-toko onderdil yang menjadi partner Suzuki dalam menjual onderdil asli Suzuki. Pendistribusian ini di lakukan guna untuk mempermudah konsumen dalam memperoleh onderdil asli Suzuki, sehingga konsumen yang berada jauh dari kota manado atau berada jauh dari dealer Suzuki dapat membeli onderdil Suzuki yang berada pada toko-toko yang bekerja sama dengan pihak Suzuki yang menjual onderdil asli Suzuki.

Toko-toko yang menjual onderdil asli dari Suzuki sangat merasa puas terhadap kualitas dari onderdil yang didistribusikan oleh pihak PT. Sinar Galesong Pratama, karena selama mereka menjual tidak pernah ada kritikan dari konsumen. Selain kualitas onderdil yang baik, pendistribusian logistik yang di lakukan oleh PT. Sinar Galesong Pratama tidak pernah mengalami keterlambatan pasokan untuk ke toko-toko, di karenakan PT. Sinar Galesong Pratama telah mempunyai stok onderdil yang di simpan di gudang perusahaan.

PENUTUP

Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian ini adalah :

1. Pemilihan pemasok di PT. Sinar Galesong Pratama melalui kerja sama penunjukkan langsung dengan principal agen tunggal pemegang merek (ATPM) Suzuki di Indonesia yaitu PT. Suzuki Indomobil Sales dimana perusahaan ini menjadi perantara tunggal dengan pihak pabrik Suzuki untuk menyediakan onderdil asli dari pabrik Suzuki yang ada di Jepang, Indonesia tempat onderdil merek Asli Suzuki diproduksi.
2. Perencanaan logistik khususnya pengambilan keputusan manajemen untuk perencanaan logistik onderdil di PT. Sinar Galesong Pratama Manado ditentukan oleh pihak ATPM, pihak manajemen di perusahaan Manado seperti direktur, manajer operasional, manajer pemasaran, manajer sales serta manajer *spare part*. Sedangkan faktor yang berpengaruh terhadap perencanaan logistik yaitu kualitas produk dari pemasok, harga yang kompetitif, kredibilitas perusahaan pemasok, efisiensi waktu, efisiensi lokasi, serta efisiensi biaya.
3. Pendistribusian logistik dari PT. Sinar Galesong Pratama dilakukan terpusat dimana pasokan setelah diterima di gudang perusahaan di Manado kemudian didistribusikan ke bengkel dealer Suzuki, bengkel resmi Suzuki serta ke toko-toko onderdil yang menjadi partner Suzuki dalam menjual suku cadang atau onderdil Suzuki. Dalam mendistribusikan onderdil ke toko-toko juga dapat membantu konsumen dalam proses pembelian *spare part* asli Suzuki.

Saran

Saran yang disampaikan dalam penelitian ini, Mengingat area pelayanan tersebar luas di Sulawesi Utara maka manajemen PT. Sinar Galesong Pratama dapat membangun pabrik baru di wilayah Sulawesi Utara contohnya di KAPET Bitung hal ini Tujuannya untuk dapat mempercepat pelayanan dan *supply* logistik di wilayah Sulawesi Utara.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, D. 2011. Proses Manajemen Logistik pada Pagelaran Seni Budaya Indonesia Channel 2011. *Jurnal Penelitian dan pengembangan Humaniora*, Vol. 9 (2). <http://jurnalpnj.com> Diakses 6 February 2014. Hal. 97-103.
- Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Edisi Revisi 2010. Penerbit Rineka Cipta, Jakarta.
- Bowersox Donald J. 2002. *Manajemen Logistik Terpadu*. Penerbit Bumi Aksara, Jakarta.
- Budiman, E. V 2013. *Evaluasi Kinerja Supply Chain* pada UD. Maju Jaya di Desa Tiwoho Kabupaten Minahasa Utara. *Jurnal Emba*. Vol. 1(4). <http://ejournal.unsrat.ac.id>. Diakses 20 February 2014. Hal. 443-452.
- Danim, S. 2002. *Menjadi Peneliti Kualitatif: Rancangan Metodologi*. Presentasi dan Publikasi Hasil Penelitian untuk Mahasiswa dan Peneliti Pemula Bidang Ilmu-ilmu Sosial, Pendidikan dan Humaniora, Penerbit Pustaka Setia, Bandung.
- Heizer, J., & Render, B. 2010. *Manajemen Operasi*. Edisi 7. Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Irani, Y. & Hermawan. 2012. Pemilihan Supplier Bahan Baku Benang dengan Menggunakan Metode Analytic Network Process (ANP) (Studi Kasus Home Industry Nedy). *Simposium Nasional RPI XI FT UMS 2012*. <http://repository.widyatama.ac.id>. Diakses 10 Maret 2014. Hal. 85-95.
- Kalakota, R. 2000. *E-Business 2.0: Roadmap to Success*. Longman: Addison Welley, USA.
- Keegan, W. J. 2003. *Manajemen Pemasaran Global*. Edisi 6. Penerbit Prenhallindo, Jakarta.
- Kotler, P., & Keller, K. 2009. *Manajemen pemasaran*. Edisi 13. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Kurniawati, D., Yuliando, H., & Widodo, K., 2013. Kriteria Pemilihan Pemasok Menggunakan Analytical Network Process. *Jurnal Teknik Industri*. Vol. 15(1). <http://puslit2.petra.ac.id/ejournal>. Diakses 10 February 2014. Hal. 25-32.
- Levy, M. & Weitz, B.A. 2002, *Retail Management* 6thed., McGraw-Hill., New York.
- Moleong, L. J. 2004. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Penerbit PT. Remaja Rosda Karya, Bandung.
- Mustikasari. 2007. *Fungsi Manajemen Logistik*. <http://ondyx.blogspot.com>. Diakses 23 February 2014. Hal.1-10
- Sulistio, E. 2012. Perencanaan dan Pengadaan Logistik. http://www.academia.edu/6429091/BAB_VII_Perencanaan_dan_Pengadaan_Logistik. Diakses 7 Maret 2014. Hal. 1-30.
- Simamora, B. 2008. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Penerbit Gramedia, Jakarta.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Penerbit Alfabeta, Bandung.
- Utami, N. A. P. U., Wagimin, Ign, dan Jumiyanto, W. 2011 *Manajemen Perbekalan Kantor Palang Merah Indonesia. Pendidikan Administrasi Perkantoran*. Vol.1(1). <http://jurnal.fkip.uns.ac.id>. Diakses 20 February 2014. Hal. 1-6.
- Yoserizal, Y, & Singgih, M. L., 2012. Integrasi Metode Dematel (*Decision Making Trial and Evaluation Laboratory*) dan ANP (*Analytical Network Process*) dalam Evaluasi Kinerja Supplier di PT. XYZ. *Prosiding Seminar Nasional Manajemen Teknologi XV*, ITS. Surabaya. <http://personal.its.ac.id>. Diakses 3 Maret 2014. Hal. 71-78.