

Model Rantai Pasok Pada PT Abhimata Citra Abadi

Dinda Tiara Sani,
Muhammad Ainul Fahmi,

Jurusan Bisnis Logistik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas Padjadjaran
E-mail : dindatiarasani1@gmail.com; Muhammad.ainul.fahmi@unpad.ac.id

Abstract. *This research uses qualitative methods to demonstrate and analyse the supply chain model for information technology in telecommunications services used by PT Abhimata Citra Abadi, Jakarta, Indonesia. Data was collected through field research and literature study. The field study was carried out through observation and the sampling technique used was purposive random sampling. The results of this research look at the parties involved in the supply chain at a telecommunications service company, namely PT Abhimata Citra Abadi. The research results show that PT Abhimata Citra Abadi has three supply chain models: Supplier – Distributor – Consumer, Supplier – Manufacture – Distributor – Consumer, and Supplier – Manufacture – Distributor – Retail – Consumer. In the PT Abhimata Citra Abadi supply chain model, goods will always go in and out to distributors.*

Keywords: *supply chain, telecommunication industry, distribution*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mendemonstrasikan dan menganalisis model rantai pasok pada teknologi informasi pada jasa layanan telekomunikasi yang digunakan oleh PT Abhimata Citra Abadi, Jakarta, Indonesia, dengan metode kualitatif. Data dikumpulkan dengan cara penelitian lapangan dan studi literatur. Studi lapangan dilakukan melalui pengamatan dan teknik pengambilan sampel digunakan dengan *purposive random sampling*. Hasil dari penelitian ini adalah melihat pihak-pihak yang terlibat dalam rantai pasok pada perusahaan layanan telekomunikasi, yaitu PT Abhimata Citra Abadi. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa PT Abhimata Citra Abadi mempunyai tiga model rantai pasok, yaitu *Supplier – Distributor – Consumen*, *Supplier – Manufacture – Distributor – Consumen*, dan *Supplier – Manufacture – Distributor – Retail – Consumen*. Dalam model rantai pasok pada PT Abhimata Citra Abadi, barang akan selalu masuk dan keluar pada distributor.

Kata kunci: *rantai pasok, industri telekomunikasi, distribusi*

Pendahuluan

Industri teknologi dan informasi (TI) adalah sektor yang berkaitan erat dengan penelitian, pengembangan, serta penyebaran produk dan layanan yang bergantung pada teknologi. Umumnya, industri TI mencakup beragam perusahaan yang memiliki fokus pada produksi perangkat elektronik, pengembangan perangkat lunak, komputasi, dan juga produk serta layanan terkait dengan teknologi informasi. Industri TI menyajikan berbagai produk dan jasa untuk konsumen dan perusahaan lain. Dalam konteks bisnis penyediaan layanan telekomunikasi, ada

banyak teknologi informasi yang dapat dimanfaatkan. Peran utama industri TI dalam bisnis penyediaan layanan telekomunikasi adalah dalam pengelolaan data dan informasi, mendukung operasional bisnis, meningkatkan efisiensi, dan mendorong inovasi.

Pada tahun 2021, menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS), tercatat 1.307 perusahaan yang telah mendapatkan izin untuk menjalankan layanan telekomunikasi di Indonesia. Angka ini mengalami peningkatan sebesar 36,3% jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya, di mana pada periode tersebut terdapat 959 perusahaan yang bergerak dalam

industri layanan telekomunikasi. Peningkatan ini dapat dihubungkan dengan pertumbuhan jumlah perusahaan yang beroperasi dalam sektor ini. Perkembangan teknologi yang terus berlanjut memainkan peran utama dalam pertumbuhan industri telekomunikasi.

Saat ini, layanan teknologi informasi memiliki peran kunci dalam mendukung kesuksesan bisnis, terutama dalam bidang-bidang yang menekankan pelayanan pelanggan. Peran yang sangat penting dalam layanan telekomunikasi dipegang oleh industri teknologi dan komunikasi. Hal ini mendorong perusahaan-perusahaan untuk merambah bisnis konstruksi dalam sektor layanan telekomunikasi, dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan teknologi informasi di Indonesia. Kementerian Komunikasi dan Informasi secara aktif mendorong kolaborasi antara penyelenggara layanan telekomunikasi dan pemerintah untuk mengembangkan ekosistem dalam industri telekomunikasi dan layanan telekomunikasi.

Ketika memberikan prioritas pada layanan telekomunikasi, perusahaan perlu memastikan ketersediaan barang yang memadai untuk pelanggan, memperhitungkan kebutuhan pelanggan dalam memilih pemasok dan kemitraan bisnis lain, serta terus meningkatkan proses produksi dan penyediaan barang berdasarkan masukan dari pelanggan. Seperti yang diungkapkan oleh Lukman pada tahun 2021, rantai pasok adalah serangkaian langkah dan operasi yang terlibat dalam penyampaian produk, melibatkan aspek seperti pengadaan bahan baku dari sumber, proses manufaktur, manajemen pergudangan, pemantauan inventaris, pengelolaan pesanan, distribusi melalui saluran, pengiriman produk, dan sistem informasi yang diperlukan untuk mengawasi seluruh proses ini hingga produk mencapai pelanggan.

PT Abhimata Citra Abadi merupakan salah satu perusahaan yang bergerak pada bidang teknologi komunikasi pada layanan telekomunikasi. Dengan persaingan bisnis yang semakin ketat di bidang layanan telekomunikasi untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dari perusahaan. Oleh karena itu, pengintegrasian elemen pada rantai pasok dalam

industri layanan telekomunikasi harus jelas. Pada saat ini perusahaan konstruksi pada layanan telekomunikasi hanya melakukan stok sesuai pesanan, apapun jalur distribusinya.

Tinjauan Pustaka **Rantai Pasok**

Menurut (Heizer dan Render, 2008), Konsep manajemen rantai pasok (supply chain management) adalah gabungan aktivitas yang mencakup pengadaan bahan dan layanan, proses transformasi menjadi barang setengah jadi dan produk akhir, serta distribusi ke pelanggan. Manajemen rantai pasok adalah suatu metode atau pendekatan yang mengelola secara terpadu aliran produk, informasi, dan keuangan, melibatkan berbagai pihak dari hulu hingga hilir, termasuk supplier, produsen, penyedia jasa distribusi, dan logistik. Prinsip kunci dalam manajemen rantai pasok adalah adanya transparansi informasi dan kerjasama, baik di dalam perusahaan antar berbagai fungsi maupun dengan pihak eksternal di sepanjang alur rantai pasok.

Perusahaan yang memiliki sistem distribusi yang andal dibandingkan dengan pesaingnya cenderung memiliki posisi kompetitif yang lebih kuat. Manajemen distribusi telah menjadi salah satu strategi kunci untuk meraih keunggulan dalam persaingan di pasar global, seperti yang disebutkan oleh Heizer & Render pada tahun 2014. Persaingan bisnis saat ini tidak hanya melibatkan persaingan antara perusahaan-perusahaan, tetapi juga persaingan antara jaringan rantai pasok. Oleh karena itu, fungsi transportasi dan distribusi memainkan peran penting dalam persaingan.

Pendekatan bisnis dalam rantai pasok awalnya berfokus pada pengiriman barang dan transaksi terkait pengiriman. Namun, sejak awal tahun 2000, fokus bisnis telah bergeser untuk menekankan pencapaian profit dengan memanfaatkan teknologi informasi. Sistem rantai pasok adalah jaringan perusahaan yang bekerja bersama-sama untuk menciptakan dan mengantarkan produk kepada konsumen akhir. Kelompok perusahaan tersebut umumnya mencakup pemasok, produsen, distributor, toko ritel, serta perusahaan jasa logistik dan

pendukung lainnya.

Elemen Rantai Pasok

Menurut penjelasan dari Indrajit dan Djokopranoto pada tahun 2003, dalam rantai pasok terdapat beberapa peran utama yang dimainkan oleh perusahaan-perusahaan yang memiliki kepentingan dalam aliran barang. Para peran utama ini meliputi:

1. Pemasok (Supplier)
2. Produsen (Manufacturer)
3. Distributor/Grosir (Distributor/Wholesaler)
4. Outlet Ritel (Retail Outlets)
5. Pelanggan (Customers)

Proses utama dalam rantai pasok antara para pemain utama ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Chain 1: Supplier

Rantai dimulai dari sumber, yang menyediakan bahan pertama yang menjadi titik awal penyaluran barang. Bahan pertama ini dapat berupa bahan baku, bahan mentah, bahan penolong, barang dagangan, subkomponen, suku cadang, dan lain sebagainya. Sumber pertama ini dikenal sebagai pemasok (supplier). Dalam konteks yang lebih luas, ini juga mencakup pemasok dari para pemasok tersebut, yang disebut sebagai sub-pemasok (sub-suppliers). Jumlah pemasok bisa bervariasi, tetapi biasanya terdapat banyak sub-pemasok yang terlibat dalam proses ini.

2. Chain 1 – 2: Supplier – Manufacturer

Rantai pertama terhubung dengan rantai kedua, yang melibatkan produsen, pabrik, perakit, pembuat, atau lembaga lain yang bertanggung jawab dalam membuat, memproduksi, merakit, mengkonversi, atau menyelesaikan barang. Koneksi antara dua rantai ini memiliki potensi untuk menghasilkan penghematan, terutama dalam hal persediaan bahan baku, setengah jadi, dan barang jadi yang dikelola oleh pemasok, produsen, dan fasilitas transit. Dalam banyak kasus, penghematan sebesar 40% hingga 60% atau bahkan lebih dapat diperoleh dengan mengurangi biaya pengelolaan persediaan di dalam rantai ini. Pendekatan seperti kerjasama dengan

pemasok (supplier partnering) dapat digunakan untuk mencapai penghematan ini.

3. Chain 1 – 2 – 3: Supplier – Manufactures – Distributor

Produk yang telah selesai diproduksi oleh produsen mulai didistribusikan kepada pelanggan. Meskipun ada berbagai metode yang dapat digunakan untuk menyampaikan produk kepada pelanggan, pendekatan yang umum adalah melalui distributor, dan ini adalah langkah yang biasanya diambil oleh sebagian besar rantai pasok. Produk dari pabrik, melalui gudangnya, disalurkan ke gudang distributor atau grosir dalam jumlah besar. Kemudian, dalam waktu yang tepat, grosir akan mendistribusikan produk dalam jumlah yang lebih kecil kepada pengecer atau pedagang ritel.

4. Chain 1 – 2 – 3 – 4: Supplier – Manufacturer – Distributor – Retail Outlet

Pedagang besar umumnya memiliki fasilitas gudang sendiri atau mungkin menyewa gudang dari pihak lain. Gudang ini berfungsi untuk menyimpan barang sebelum barang tersebut didistribusikan ke pengecer. Di sini, ada peluang lain untuk menghemat, terutama dalam hal jumlah persediaan dan biaya gudang. Hal ini dapat dicapai dengan merancang ulang pola pengiriman barang dari gudang produsen ke toko pengecer.

5. Chain 1 – 2 – 3 – 4 – 5: Supplier – Manufacturer – Distributor – Retail Outlet – Customer

Dari rak-rak mereka, para pengecer atau pedagang ritel ini menawarkan barang langsung kepada pelanggan, pembeli, atau pengguna akhir produk tersebut. Outlet ini dapat berupa berbagai jenis toko, warung, minimarket, supermarket, atau koperasi di mana konsumen berbelanja. Meskipun secara fisik, ini dapat dianggap sebagai rantai terakhir, sebenarnya masih ada satu rantai lagi yang menghubungkan pembeli yang datang ke outlet ritel dengan pelanggan sebenarnya dan pengguna akhir produk tersebut. Hal ini karena pembeli belum tentu menjadi pengguna akhir

produk. Rantai pasok baru benar-benar berakhir ketika produk tersebut mencapai pelanggan asli dan pengguna akhir.

Metode Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif-kualitatif. Penelitian deskriptif yang dilakukan dalam penelitian ini ditujukan secara sistematis, faktual dan akurat mendeskripsikan atau menggambarkan fakta. Teknik yang digunakan untuk pengumpulan data adalah sebagai berikut:

1. Penelitian perpustakaan
Pelengkapan data primer memerlukan data sekunder melalui penelitian kepustakaan. Pengumpulan data sekunder dilakukan dengan mempelajari buku teks dan karya lain seperti jurnal penelitian yang dianggap sebagai pelengkap pembahasan dan analisis hasil penelitian terhadap data industri jasa layanan telekomunikasi.
2. Observasi
Pengamatan proses pemenuhan pesanan dari bahan baku hingga barang sampai kepada pelanggan.
3. Wawancara
Dilakukan wawancara dengan pegawai Departemen *Supply Chain Management* untuk menggali topik mulai dari sejarah, proses bisnis, pengadaan barang, memproses pesanan pelanggan hingga pesanan sampai ke pelanggan dengan baik.

Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan di lapangan pada PT Abhimata Citra Abadi pada Departemen *Supply Chain Management*. Rantai pasokan adalah suatu sistem yang mengatur penyampaian barang dan layanan kepada konsumen dengan tujuan untuk mengorganisir pengadaan atau distribusi barang. Dalam konteks ini, istilah "pengadaan" merujuk kepada proses perolehan atau akuisisi barang. Penjelasan tentang model rantai pasok sangat penting dalam menjalankan bisnis di bidang teknologi informasi pada layanan telekomunikasi yang sedang berkembang ini. Tujuan adanya model rantai pasok pada perusahaan adalah untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas dalam pengelolaan

rantai pasokan. Berikut merupakan model rantai pasok pada PT Abhimata Citra Abadi:

1. Supplier – Distributor – Consumen

Supplier

Kegiatan ini dimulai dari divisi project mengadakan barang dari Luar Negeri sedangkan pemasok Dalam Negeri pengadaan dilakukan langsung oleh bagian *Purchasing*. Barang-barang tersebut merupakan bahan baku dalam layanan teknologi di layanan telekomunikasi seperti, baterai.

Distributor

Semua bahan baku yang dibeli akan masuk dan disimpan dalam gudang penyimpanan sebagai gudang sementara. Gudang distributor ini merupakan gudang utama tempat keluar dan masuknya semua barang yang sudah dibeli di pemasok. Barang jadi akan didistribusikan langsung ke konsumen.

Consumer

Setelah barang masuk di gudang distribusi, maka barang pesanan akan dikirim ke perusahaan pemesan/pelanggan. Pelanggan juga bisa melakukan pengambilan langsung. Pengiriman tergantung kesepakatan yang dipilih saat awal pesanan.

2. Supplier – Manufacture – Distributor – Consumen

Supplier

Kegiatan membeli bahan baku barang layanan telekomunikasi. Di mana barang ini masih dalam bentuk satuan komponen-komponen terpisah.

Manufacture

Tempat bahan baku yang masih berbentuk satuan komponen terpisah dibentuk menjadi satu kesatuan. Barang dirakit dan di tes dari fungsinya karena barang merupakan barang teknologi komunikasi seperti *Module*, NPC, baterai, kabel untuk dibentuk menjadi Rectifier.

Distributor

Tempat barang yang sudah di rakit dan berfungsi dengan baik di simpan. Selanjutnya dikirim langsung/diambil langsung oleh perusahaan pemesan/pelanggan.

Consumen

Konsumen merupakan perusahaan pemesan barang dan jasa telekomunikasi. Barang berupa produk fisik dan jasa merupakan pemasangan komponen-komponen barang

fisik tersebut. Selanjutnya dilakukan *install* di tempat yang sesuai dengan kebutuhan dan kesepakatan bersama.

3. *Supplier – Manufacture – Distributor – Retail – Consumen*

Supplier

Kegiatan pengadaan bahan baku baik impor maupun lokal dibeli.

Manufacture

Tempat merakit/memasang komponen-komponen yang belum utuh dan di *testing* agar barang berfungsi dengan baik.

Distributor

Tempat barang jadi dan barang yang sudah dirakit menjadi utuh disimpan dan menunggu untuk di distribusikan ke gudang-gudang regional/cabang di daerah.

Retail

Tempat menerima barang dari distributor/gudang utama. Tempat barang jadi akan dijual oleh perusahaan tempat daerah retail tersebut. PT Abhimata Citra Abadi mempunyai beberapa daerah retail, yaitu di Pekanbaru, Medan, Surabaya, dan Palembang.

Consumen

Pembeli/perusahaan pemesan dari barang yang sudah jadi atau penerima jasa.

Kesimpulan

Dari hasil penelitian menjelaskan bahwa PT Abhimata Citra Abadi menggunakan tiga model rantai pasok, yaitu *distributor-consumen*, *manufacture*, *distribution-consumen*, and *retail-consumen*. Dari ketiga model rantai pasok tersebut terlihat bahwa PT Abhimata Citra Abadi akan menyimpan/memberikan barangnya ke distributor. Dimana distributor di dalam perusahaan ini berlaku sebagai tempat/gudang penyimpanan utama.

Daftar Pustaka

- Arifianti, R., & Jaja Raharja, un. (n.d.). *Supply Chain Modelling in the Ceramic Industry Center in Purwakarta, Indonesia*. <http://buscompress.com/journal-home.html>
- Bumi Akpelni, P., Diah Kusumawati, E., Studi Ketatalaksanaan Pelayaran Niaga, P., Pawiyatan Luhur No, J. I., Duwur, B., Gajahmungkur, K., Semarang, K., & Tengah, J. (2022). *Integrasi Supply*

Chain Dan Kinerja Perusahaan Manufacturing Dan Logistik Pasca Pandemi Covid 19. In *National Seminar on Maritime and Interdisciplinary Studies* (Vol. 1, Issue 1).

- Ghaffar, M. A., Muslimah Bachrum, S., Teknologi Penangkapan Ikan, J., & Pertanian Negeri Pangkajene Kepulauan, P. (n.d.). *Model Rantai Pasok Hasil Tangkapan di Kota Makassar (Studi Kasus TPI Paotere) The Catch Supply Chain Model in Makassar City (Case Study TPI Paotere)*. https://ppnp.ejournal.id/lutjanus_PPNP
- Lidia Rantung Adolfin Rudy Wenas Fakultas Ekonomi dan Bisnis, M. S., & Manajemen Universitas Sam Ratulangi, J. (2016). *Analisis Kinerja Rantai Pasok Komoditas Kacang Tanah Di Pasar Tradisional Beriman Kota Tomohon Commodity Supply Chain Performance Analysis Of Peanuts In A Traditional Market Of Faithful City Tomohon*. In *Analisis Kinerja Rantai...* 849 *Jurnal EMBA* (Vol. 4, Issue 2).
- Nursani, D., & Rachman, A. (2021). *Modul Pelatihan Kompetensi Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah Level 1*.
- Ronald, V., 1*, T., & Surjasa, D. (2022). *Pengaruh Manajemen Rantai Pasok Dan SDM Terhadap Kinerja Pada Perusahaan Gas Bumi*. In *Online Kinerja: Jurnal Ekonomi dan Manajemen* (Vol. 19, Issue 3).
- Taula, J. I., Palendeng, I. D., & Sumarauw, J. S. B. (2022). *Analisis Rantai Pasokan Daging Babi Pada Ud. Unggas Jaya Kalasey Analysis Of Pork Supply Chain On Ud. Unggas Jaya Kalasey*. 1336 *Jurnal EMBA*, 10(1), 1336–1344.
- Martono, R.M., (2019). *Dasar-Dasar Manajemen Rantai Pasok*. PT. Bumi Perkasa. Jakarta.
- Walenna, M. F. (2021). *Skripsi Pengaruh Praktik Manajemen Rantai Pasok Dan Integrasi Rantai Pasok Terhadap Kinerja Perusahaan (Studi pada PT. Perkebunan Nusantara XIV)*.
- Kembangkan Industri Telekomunikasi, Menkominfo Dorong Sinergi Ekosistem,

(2023). Diakses pada tanggal 25 Oktober 2023.

https://www.kominfo.go.id/content/detail/50382/siaran-pers-no-162hmkominfo072023-tentang-kembangkan-industri-telekomunikasi-menkominfo-dorong-sinergi-ekosistem/0/siaran_pers

Monavia Ayu Rizaty. (2022). Ada 1.037 Perusahaan Telekomunikasi di Indonesia pada Tahun 2021. Diakses pada tanggal 24 Oktober 2023.

<https://dataindonesia.id/digital/detail/ada-1307-perusahaan-telekomunikasi-di-indonesia-pada-2021>

Abhimata, Website PT. Abhimata. Diakses pada tanggal 21 Oktober 2023.

<http://www.abhimata.co.id/v2.0/index.php>