

## BAB 5

### PENUTUP

#### 5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan melakukan wawancara pada PT. CJSP, maka dapat disimpulkan bahwa konsep *Supply Chain Management* yang saat ini diterapkan PT. CJSP telah memberikan *Competitive Advantage*.

Konsep dan praktik *Supply Chain Management* yang diterapkan PT. CJSP tampak dari bagaimana hubungan perusahaan dengan pemasok yang sudah terjalin baik dalam waktu yang lama, relasi dengan pelanggan yang baik hingga terjadi pembelian ulang, pertukaran informasi yang memberikan nilai tambah bagi perusahaan dan pemasok. Hubungan tersebut memberikan kontribusi besar terhadap pembentukan dan pencapaian *Competitive Advantage* perusahaan.

Penerapan *Supply Chain Partnership* dilakukan dengan menjalin kemitraan dengan beberapa pemasok untuk memenuhi kebutuhan produksi perusahaan. Selain dalam bentuk pasokan barang, kemitraan juga dijalin dengan adanya status legalitas yang jelas. PT. CJSP menjadi *Original Equipment Manufacturer* yang ditunjuk oleh mitra. Selain itu,

mitra juga memberikan dukungan pelatihan dan sertifikasi bagi teknisi yang tentunya akan meningkatkan *Competitive Advantage* perusahaan dalam hal perancangan produk dan *after sales service*.

Selain itu, peran strategis bagian pembelian (*Strategic Purchasing*) juga memberikan pengaruh terhadap pembentukan dan pencapaian *Competitive Advantage* perusahaan. Bagian pembelian merupakan bagian yang sangat penting juga dalam menjalin relasi dengan pemasok, sehingga kolaborasi kedua pihak akan memberikan dampak yang positif bagi perusahaan baik dalam dukungan secara operasional maupun keuangan.

Untuk *Competitive Advantage* perusahaan, jika dianalisis menggunakan pendekatan *Porter's Five Forces Model*, PT. CJSP saat ini memiliki ancaman dari pendatang baru dan persaingan dalam industri. Dengan mengetahui keunggulan-keunggulan yang dimiliki serta ancaman yang dihadapi, maka PT. CJSP harus bisa mengoptimalkan keunggulan-keunggulannya untuk mengatasi ancaman yang menghadang, sehingga *Competitive Advantage* perusahaan dapat terus terjaga.

Tabel 5.1: Keunggulan yang Dimiliki dan Ancaman yang Dihadapi PT. CJSP

Keunggulan yang Dimiliki	Ancaman yang Dihadapi
<u>Pendatang Baru</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Capital requirement</i></li> <li>• Hubungan prinsipal dengan pemasok</li> <li>• Pengalaman</li> <li>• Tim <i>Engineering</i></li> <li>• Kepemilikan <i>workshop</i></li> </ul>	<u>Pendatang Baru</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lisensi impor</li> <li>• Penjualan <i>retail</i></li> </ul>
<u>Barang Pengganti</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Harga terjangkau</li> <li>• Bahan bakar mudah</li> <li>• Kemudahan instalasi</li> </ul>	<u>Daya Tawar Pembeli</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pembelian <i>retail</i></li> <li>• <i>Price sensitivity</i></li> <li>• <i>Substitute available</i></li> </ul>
<u>Daya Tawar Pemasok</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>After sales service</i></li> <li>• Tim <i>engineering</i></li> <li>• Harga kompetitif</li> </ul>	<u>Daya Tawar Pemasok</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Menjalin kerjasama dengan perusahaan lain</li> </ul>
<u>Daya Tawar Pembeli</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Relasi yang sudah lama</li> <li>• Jumlah pengambilan</li> <li>• Reputasi perusahaan</li> </ul>	<u>Persaingan Dalam Industri</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Entry barriers</i> yang rendah</li> <li>• Kompetisi harga</li> <li>• Persaingan terbuka</li> <li>• Masuknya pemain dari Cina, Singapore, dan Turki</li> </ul>

## 5.2. Saran bagi PT. CJSP

Dengan keunggulan yang dimiliki PT. CJSP atas pemasok (kemampuan menurunkan harga beli), ancaman pendatang baru (dengan meningkatkan hambatan masuk), memungkinkan perusahaan untuk beroperasi seefisien mungkin. Dan juga PT. CJSP memiliki ancaman pendatang baru serta persaingan dalam industri, yang membuat perusahaan harus terus meningkatkan daya saingnya. Perusahaan perlu menyadari peran bagian *purchasing* dan kemitraan perusahaan dengan pemasok ikut berperan dalam pembentukan *Competitive Advantage* perusahaan. Dengan keterlibatan bagian *purchasing* dalam *Supply Chain Management* perusahaan dan kaitannya dengan membina hubungan dengan pemasok, terlihat keputusan dan strategi yang diambil akan memberikan pengaruh pada *Competitive Advantage*. Berdasarkan hasil temuan di lapangan, perusahaan perlu memperhatikan perencanaan kedatangan barang, ketepatan pengadaan barang, perencanaan stok gudang *workshop* untuk meningkatkan efisiensi dan ketepatan waktu produksi barang serta memperhatikan beban kerja karyawan.

### **5.3. Saran bagi Akademisi**

Penelitian ini terbatas pada analisa penerapan *Supply Chain Management*, *Supply Chain Partnership*, dan *Strategic Purchasing* terhadap *Competitive Advantage* perusahaan. Peneliti menggunakan asumsi kondisi internal dan eksternal yang bersifat statis dan berdasarkan pada kondisi saat ini. Penelitian dilakukan dengan melihat keseluruhan kegiatan operasional secara umum. Penelitian berikutnya diharapkan mampu memperluas cakupan penelitian ini dengan memperbanyak aspek yang dianalisis dan melakukan penelitian yang spesifik.

### **5.4. Keterbatasan Penelitian**

Penelitian ini memiliki keterbatasan yang dapat membuka peluang untuk penelitian lanjutan di masa yang akan datang. Adapun keterbatasan tersebut adalah:

1. Informan PPC (*Plan, Procurement, Control*) yang direncanakan untuk diwawancara menjalani operasi, sehingga penulis belum berhasil untuk mendapatkan informasi terkait kegiatan perencanaan dan pengadaan barang.
2. Wawasan informan terkait hubungan eksternal dan pemahaman yang utuh mengenai produk perusahaan

menjadi hambatan dalam penggalian informasi terkait penilaian *Competitive Advantage* perusahaan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adobor, Henry dan McMullen, Ronald S. 2014. Strategic Purchasing and Supplier Partnership – The Role of a Third Party Organization. *Journal of Purchasing & Supply Management*, Vol 20, pp. 263-272
- Benton, W.C. (2007). *Purchasing and Supply Management*. New York: McGraw Hill.
- Cannon, Joseph P., Perreault Jr, William D. 1999. Buyer-Seller Relationships in Business Market. *Journal of Marketing Research*, Vol 36, pp. 439-460.
- Carr, Amelia S. dan Pearson, John N. 1999. Strategically Managed Buyer-Supplier Relationships and Performance Outcomes. *International Journal of Operations Management*, Vol 17, pp. 497-519.
- Carr, Amelia S. dan Pearson, John N. 2002. The Impact of Purchasing and Supplier Involvement on Strategic Purchasing and Its Impact On Firm's Performance. *International Journal of Operations & Production Management*, Vol 22, pp. 1032 – 1053.
- Carr, Amelia S. dan Smeltzer, Larry R. 1999. The Relationship Of Strategic Purchasing to Supply Chain Management. *European Journal of Purchasing & Supply Management*, Vol 5, pp. 43-51
- Chase, Richard B., Jacob R., Aqcuilano, Nicholas J., 2006. *Operations Management for Competitive Advantage with Global Cases* 11<sup>th</sup> edition. New York: McGraw-Hill.

- Chen, I.J., Paulraj, A., Lado, A.A. 2004. Strategic Purchasing, Supply Management, and Firm Performance. *Journal of Operations Management*, Vol 22, pp. 505–523.
- Chopra, Sunil dan Meindl, Peter. 2007. *Supply Chain Management: Strategy, Planning, and Operation* 4<sup>th</sup> edition. New Jersey: Pearson Education.
- Cox, A. 1996. Relational Competence and Strategic Procurement Management. *European Journal of Purchasing and Supply Management*, Vol 2, pp. 57–70.
- Ganesan, Shankar. 1994. Determinants of Long-Term Orientation in Buyer-Seller Relationships. *Journal of Marketing*, Vol 58, pp. 1-19.
- Giunipero, Larry C., Brand, Richard R. 1996. Purchasing's Role in Supply Chain Management, *The International Journal of Logistics Management*, Vol 7, pp. 29 – 38.
- Kraljic, P., 1983. Purchasing must become supply management. *Harvard Business Review*, Vol 61, pp. 109–117.
- Li, S., Ragu-Nathan, B., Ragu-Nathan, T., Subba Rao, S. 2006. The Impact of Supply Chain Management Practices on Competitive Advantage. *Omega: The International Journal of Management Science*, Vol 34, pp. 107-124.
- Maloni, Michael J., Benton, W.C. 1997. Supply Chain Partnership: Opportunities for Operation Researchs. *European Journal of Operational Research*, Vol 101, pp. 419-429.
- Moleong, L.J. 2013. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

- Porter, Michael. 1998. *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitor*. USA: The Free Press.
- Svahn, Senja dan Westerlund, Mika. 2009. Purchasing Strategies in Supply Relationships. *Journal of Business and Industrial Marketing*, Vol 24, pp. 173-181.
- Giménez, C., & Ventura, E. 2003. Supply Chain Management as a Competitive Advantage in the Spanish Grocery Sector. *The International Journal of Logistics Management*.
- Yin, R. K. 2009. *Case Study Research: Design and Methods* 4th edition. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Verma, R. dan Boyer, K.K. 2010. *Operations & Supply Chain Management: World Class Theory and Practice*. Canada: South-Western Cengage Learing