

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Masalah

Pengembangan *retail* modern memiliki hubungan yang erat dengan kondisi perekonomian suatu negara. Perkembangan usaha dalam bidang ritel di Indonesia pasca krisis moneter dapat dikatakan telah menunjukkan kecenderungan yang positif. Banyak pengusaha ritel yang pada waktu terjadinya krisis moneter menutup usahanya sekarang ini mulai membuka kembali usahanya. Di antara ritel yang ada tersebut ritel modern memiliki kecenderungan untuk melakukan *recovery* lebih cepat bila dibandingkan dengan ritel tradisional (Muharam, 2001).

Tabel 1.1

Perkembangan *Retail* Modern di Indonesia pada Tahun 2003-2004

GROCERY STORES	2003	2004
<i>Traditional Grocery Stores</i>	1,745,589	1,745,589
<i>Convenience Stores</i>	102	154
<i>Total Supermarkets</i>	4,934	6,530
- <i>Supermarket</i>	896	956
- <i>Minimarket</i>	4,038	5,604
<i>Large Format Stores</i>	67	90
- <i>Hypermarket</i>	43	68
- <i>Warehouse Clubs</i>	24	22
<b>TOTAL GROCERY OUTLETS</b>	<b>1,750,692</b>	<b>1,752,393</b>
<b>DRUGSTORES</b>		
<i>Traditional Medical/Drugstores</i>	17,699	17,699
<i>Chain Drugstores</i>	179	218
<b>TOTAL DRUG OUTLETS</b>	<b>17,878</b>	<b>17,917</b>

Sumber: AC Nielson, 2005.

Dengan semakin membaiknya perekonomian di Indonesia maka industri ritel seperti supermarket, departement store, serta *Factory Outlet* (FO) mulai banyak bermunculan. Berdasarkan hasil riset yang dilakukan oleh AC Nielson yang nampak pada tabel 1.1 mengenai perkembangan *retail* modern di Indonesia pada tahun 2003-2004 maka diperkirakan pada tahun 2005 jumlah ritel modern di Indonesia akan mengalami peningkatan. Hal ini dapat kita lihat berdasarkan tabel 1.1 ada peningkatan jumlah ritel modern di Indonesia pada periode 2003-2004.

Melihat kenyataan di atas maka persaingan di bidang ritel semakin ketat, apalagi ketika beberapa perusahaan ritel asing mulai ikut dalam persaingan di bidang ritel Indonesia. Persaingan dengan perusahaan ritel asing di satu sisi mungkin dapat menyebabkan tenggelamnya perusahaan ritel dalam negeri, namun di sisi lain persaingan ini membuat konsumen mempunyai banyak alternatif dalam proses konsumsi. Dalam hal ini ritel menghadapi beberapa tantangan antara lain: pengelolaan waktu terhadap produk yang memiliki *product life cycles* relatif pendek, ragam produk yang sangat variatif dan bersifat fluktuatif (baik di bidang permintaan maupun harga), dan peningkatan kebutuhan akan *lead time* yang lebih pendek. Dengan demikian untuk mengatasi kekuatan *bargaining* yang dimiliki oleh konsumen maka peritel harus dapat memanfaatkan peluang untuk menerapkan *supply chain* secara tepat.

Menjalin saluran komunikasi dengan menggunakan sistem teknologi informasi juga digunakan antara perusahaan ritel dengan *supplier* yang disebut sebagai *supply chain management system*. *Supply chain management* (SCM) merupakan kombinasi antara seni dan ilmu pengetahuan yang dimaksudkan untuk

memperbaiki cara sebuah perusahaan dalam menemukan komponen-komponen bahan baku yang diperlukan dalam rangka menghasilkan produk atau jasa dan mengirimkannya kepada konsumen. (<http://www.cio.com>). Dengan demikian jika *supply chain management* tersebut diterapkan di dalam sebuah perusahaan ritel maka akan dapat digunakan untuk memperbaiki cara-cara perusahaan dalam menyediakan produk yang akan dijual kepada konsumen melalui tokonya. Hal ini karena *supply chain management* merupakan pedoman yang akan menyediakan strategi, sarana, dan teknik baik bagi pihak eksekutif maupun manajer di bidang pembelian, pengendalian persediaan, dan pelayanan konsumen.

Hal lain yang tidak dapat dipungkiri adalah bahwa dengan menjalin hubungan komunikasi yang baik antara *supplier* dengan perusahaan ritel diharapkan dapat memperlancar proses operasional perusahaan ritel sehingga *supply* material untuk dijual tidak mengalami hambatan. *Supply chain management* merupakan strategi, taktik dan pengambilan keputusan operasional yang dapat menunjang kinerja *supply chain*. Tingkat strategi ditentukan oleh beberapa hal, di antaranya adalah penggunaan teknologi informasi yang tepat di mana di dalamnya termasuk pemakaian *software* pendukung (Fox, et.al, 2000:165). Hal ini senada dengan pernyataan dari Rahardjo ([rahard@paume.itb.ac.id](mailto:rahard@paume.itb.ac.id)) bahwa sebenarnya *supply chain management* telah dilakukan oleh perusahaan ritel sejak lama di dalam sebuah perusahaan. Akan tetapi pada waktu lalu semua aktivitas di dalam *supply chain* dilakukan secara manual. Dengan semakin berkembangnya teknologi informasi maka *supply chain*

semakin memberikan dampak yang luar biasa bagi perusahaan yang menerapkannya.

Salah satu langkah yang dapat ditempuh untuk mengoptimalkan *supply chain* adalah dengan memanfaatkan sistem teknologi informasi. Perkembangan teknologi informasi selalu mengalami perkembangan yang makin lama makin kompleks. Hal ini menuntut seorang *analyst* sistem harus selalu mengikuti perubahan-perubahan yang terjadi dalam teknologi informasi. Teknologi informasi ini banyak digunakan untuk membangun saluran komunikasi dengan *supplier* atau pelayanan terhadap konsumen.

Di dalam penerapan *supply chain management* maka terdapat dua tipe *software* utama yang harus dipenuhi yaitu *planning applications* dan *execution applications* (Muharam, 2001). *Planning applications* menggunakan algoritma tingkat lanjut untuk menentukan cara yang paling baik untuk memenuhi order. Sementara *execution applications* akan menelusuri status fisik dari produk, manajemen persediaan, dan informasi keuangan yang melibatkan banyak pihak.

Meskipun banyak manfaat yang diperoleh dengan menerapkan teknologi informasi untuk mendukung sebuah sistem *supply chain management*, akan tetapi ada beberapa hal yang harus diperhatikan agar teknologi informasi yang digunakan benar-benar memberikan dampak positif bagi penerapan *supply chain management* yaitu harus disertai dengan perubahan pada sisi organisasi seperti:

(Indrajit, 2002)

- a. Adaptasi media komunikasi dengan penggunaan e-mail
- b. Keterbukaan perusahaan (akses ke database)

c. Peningkatan efisiensi

### **1.2. Pokok Bahasan**

Pokok bahasan yang ditetapkan dalam penulisan makalah ini adalah: bagaimana dukungan penggunaan teknologi informasi terhadap penerapan *supply chain management* pada *retail modern*?

### **1.3. Tujuan**

Tujuan dari penulisan makalah ini adalah untuk membahas dukungan penggunaan teknologi informasi terhadap penerapan *supply chain management* pada *retail modern*.