

## Analisis Strategi Supply Chain Management Dalam Meningkatkan Operasional Perusahaan (Studi Kasus: PT Unilever Indonesia Tbk)

Anastasya Br Ginting<sup>1</sup>, Siti Aisyah<sup>2</sup>, Elsa Zulfita<sup>3</sup>

Email: [anastasyabrginting@gmail.com](mailto:anastasyabrginting@gmail.com)<sup>1</sup>, [siti.aisyah@uinsu.ac.id](mailto:siti.aisyah@uinsu.ac.id)<sup>2</sup>, [elsazulfita93@gmail.com](mailto:elsazulfita93@gmail.com)<sup>3</sup>

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara  
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam  
Jurusan Manajemen

### Abstrak

Perusahaan Unilever Indonesia memproduksi dan menjual lebih dari 400 brand diseluruh dunia dengan pengguna produknya sebanyak 2 miliar di seluruh dunia. Untuk mendukung operasional perusahaan Unilever dalam memenuhi dan menyediakan kebutuhan konsumen, dibutuhkan suatu strategi atau proses pengolahan rantai pasok yang baik di perusahaan Unilever tersebut, yang dikenal sebagai *Supply Chain Management* (SCM). Dalam penelitian ini, peneliti akan menganalisis bagaimana Strategi Supply Chain Management Dalam Meningkatkan Operasional Perusahaan Unilever Indonesia. Metode pendekatan kualitatif, bersifat analisis deskriptif adalah metode yang digunakan dalam penelitian ini, data yang dikumpulkan yaitu data sekunder berupa hasil penelitian dari artikel-artikel atau penelitian terdahulu, sumber pustaka dan dokumen serta dari sumber-sumber studi literatur yang mendukung penelitian ini. Dalam operasional perusahaan Unilever Indonesia, SCM merupakan bagian dari sistem dalam meningkatkan kinerja perusahaannya, beberapa sistem dirancang dengan baik sehingga dapat memperoleh hasil yang efektif dan efisien. Dengan pertimbangan strategi dalam pengelolaan kinerja operasional perusahaan Unilever, sehingga dapat menghasilkan produk yang disesuaikan dengan permintaan konsumen ada berbagai sistem-sistem yang diterapkan yaitu sistem QMS (*Quality Management System*), ada juga program SQMP (*supplier quality management and assessment programme*) dan sistem lainnya yan dirancang sebagai supply chain dalam mengelola operasional perusahaan.

**Kata Kunci:** Strategi, Supply Chain Management, Operasional Perusahaan.

### Abstract

*The Unilever Indonesia company produces and sells more than 400 brands worldwide with 2 billion product users worldwide. To support Unilever company operations in meeting and providing consumer needs, a good supply chain management strategy or process at the Unilever company is needed, known as Supply Chain Management (SCM). In this study, researchers will analyze how the Supply Chain Management Strategy in Improving Unilever Indonesia's Company Operations. Qualitative approach method, descriptive analysis is the method used in this study, the data collected is secondary data in the form of research results from articles or previous research, library sources and documents as well as from literature studies sources that support this research. In Unilever Indonesia's operations, SCM is part of the system in improving the company's performance, several systems are well designed so as to obtain effective and efficient results. With strategic considerations in managing Unilever's company operational performance, so that it can produce products tailored to consumer demand, there are various systems implemented, namely the QMS system (Quality Management System), there is also the SQMP program (supplier quality management and assessment program) and other systems. which is designed as a supply chain in managing company operations.*

**Keywords:** Strategy, Supply Chain Management, Company Operations.

## LATAR BELAKANG MASALAH

Perusahaan Unilever Indonesia berdiri pada 5 Desember 1933 dan pada saat ini unilever menjadi salah satu perusahaan terbesar yang memproduksi kebutuhan sehari-hari masyarakat atau yang dikenal dengan *Fast Moving Consumer Goods* (FMCG). Yang dimaksud dengan FMCG atau *Fast Moving Consumer Goods* ialah barang atau produk konsumen yang bergerak cepat, dan barang tersebut dapat terjual secara cepat serta harganya yang relatif murah seperti barang-barang kebutuhan sehari-hari. Produk keluaran dari Unilever juga sangat beragam mulai dari bahan pembersih pakaian (*home care*), bahan perawatan tubuh (*personal care*), hingga makanan dan minuman (*food and drink*).



Gambar 1. Produk Unilever

Perusahaan Unilever Indonesia memproduksi dan menjual lebih dari 400 brand diseluruh dunia dengan pengguna produknya sebanyak 2 miliar di seluruh dunia. Untuk mendukung operasional perusahaan Unilever dalam memenuhi dan menyediakan kebutuhan konsumen, dibutuhkan suatu strategi atau proses pengelolaan rantai pasok yang baik di perusahaan Unilever tersebut, yang dikenal sebagai *Supply Chain Management* (SCM).

Istilah *Supply Chain Management* (SCM) yang disebutkan oleh Cooper (1997) bahwa SCM baru muncul pada awal tahun 90-an. *Supply Chain Management* atau Manajemen Rantai Pasok merupakan sekumpulan kegiatan pengelolaan dalam jaringan organisasi mulai dari hulu hingga hilir atau mulai dari bahan baku paling awal yang berasal dari alam sampai pada produk jadi ketangan konsumen yaitu yang berhubungan dengan aliran bahan, informasi dan sumber daya. Penerapan konsep *Supply Chain Management* dalam suatu perusahaan tujuannya ialah untuk meningkatkan efisiensi, menciptakan nilai, dan memuaskan pelanggan.

Chairul Furqon dalam penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa rantai pasokan stroberi di Kabupaten Bandung termasuk dalam kategori multi saluran, yang meliputi pola tradisional dan kemitraan, untuk faktor pendorong utama rantai pasokan stroberi di Kabupaten Bandung adalah adanya potensi pengembangan agrowisata dan permintaan yang tinggi, sedangkan faktor penghambat yaitu

berkaitan dengan sulitnya dalam mendapatkan bibit berkualitas, jadi dilihat dari penelitian yang dilakukan bahwa rantai pasokan yang ada pada agribisnis stroberi termasuk kategori yang tidak efisien, dikarenakan besaran margin yang dilihat dan proses rantai pasokan yang panjang.

Berdasarkan dari penelitian Vistasusiyanti, Paulus Kindangen dan Indrie Debbie Palandeng bahwa kondisi penerapan proses manajemen rantai pasokan pada PT. Massindo Sinar Pratama Kota Manado sudah baik dan manajemen rantai pasokannya itu meliputi proses pemesanan bahan baku hingga proses produksi yang terjadi dari para supplier, perusahaan juga lebih meningkatkan kualitas produksi dengan menjaga penerapan alur *Supply Chain Management* dalam kegiatan produksi dari para supplier, perusahaan, retailer hingga sampai ke tangan konsumen.

Dalam paper Sri Padmantlyo dan Asep Saputra menjelaskan dalam proses penerapan SCM secara efektif, suatu perusahaan harus memiliki koalisi dengan pihak diluar perusahaan yaitu dengan supplier untuk pemenuhan kebutuhan bahan baku dengan baik. Serta dengan para distributor untuk penyebaran produk yang diproduksi secara efektif dan efisien sehingga konsep SCM dapat menciptakan koordinasi dan sinkronisasi aktivitas-aktivitas yang berkaitan dengan aliran material sampai menghasilkan barang jadi baik di dalam perusahaan maupun di luar perusahaan.

*Supply Chain Management* atau manajemen rantai pasokan akan dapat meningkatkan operasional perusahaan dengan berbagai strategi-strategi yang akan dilakukan, di beberapa instansi atau lembaga penerapan SCM sudah sangat baik. Dengan penjelasan penelitian terdahulu diatas juga diketahui bahwa SCM merupakan suatu konsep management yang akan membantu perusahaan dalam beroperasi. Dalam penelitian ini, peneliti akan menganalisis bagaimana Strategi Supply Chain Management Dalam Meningkatkan Operasional Perusahaan Unilever Indonesia.

## LANDASAN TEORI

### Strategi

Strategi ialah suatu cara dan perencanaan jangka panjang dalam mencapai tujuan. Strategi terdiri dari aktivitas-aktivitas penting yang diperlukan untuk mencapai tujuan. Suatu strategi yang disusun akan berguna untuk mempertahankan, menjaga, meningkatkan kinerja serta keunggulan bersaing dari suatu organisasi (Pearce and Robinson, 1996).

Dalam konsep Supply Chain Management, strategi merupakan serangkaian aktivitas atau cara dalam berbisnis yang terkait dengan produk barang atau jasa yang diproduksi. Kegiatan ini meliputi perencanaan pada produk yang akan diproduksi, penentuan supplier yang akan dibutuhkan atau pemasokan bahan bakunya, produksi, pendistribusian barang dan jasa, hingga sampainya atau diterima oleh konsumen.

### Supply Chain Management

Supply Chain Management merupakan suatu sistem yang saling berkoordinasi keseluruhan proses di dalam organisasi/perusahaan untuk mempersiapkan dan menyampaikan produk/jasa kepada konsumen. Proses dalam Supply Chain Management ini mencakup beberapa tahapan atau proses yaitu:

1. Perencanaan (planning), mulai dari perencanaan produk yang akan diproduksi, jumlah produk yang akan diproduksi, kapan waktu produksi hingga jumlah SDM dalam memproduksinya.
2. Supplier atau sumber input bagi proses (source, misalnya orang yang sebagai pengiriman bahan mentah dari pemasok).

3. Proses transformasi input menjadi output (make, transportasi, distribusi, pergudangan (deliver).
4. Sistem informasi dan pembayaran produk/jasa.
5. Sampai produk/jasa tersebut dikonsumsi oleh konsumen, serta layanan pengembalian produk/jasa (return).

Manajemen rantai pasok (supply chain management) adalah integrasi aktivitas-aktivitas dalam pengadaan bahan dan pelayanan, proses pengubahan bahan mentah menjadi barang setengah jadi dan menjadi produk akhir yang siap digunakan atau dipakai, serta pendistribusian produk ke pelanggan.

### **Operasional Perusahaan**

Operasional perusahaan merupakan proses kinerja atau beroperasinya suatu perusahaan. (Pontas M. Pardede:2003) Manajemen operasional perusahaan secara umum merupakan aktivitas pengarahan dan pengendalian kegiatan-kegiatan mengelola atau mengolah berbagai jenis sumber daya untuk dapat menghasilkan suatu output baik barang maupun jasa di dalam perusahaan. Didalam operasional perusahaan, supply chain management juga terikat yang dimana segala proses yang ada di perusahaan merupakan bagian dari SCM juga.

### **METODE PENELITIAN**

Metode pendekatan kualitatif, bersifat analisis deskriptif adalah metode yang digunakan dalam penelitian ini. Yaitu dengan menjelaskan serta mendeskripsikan fenomena yaitu konsep SCM yang ada dan yang diterapkan pada perusahaan Unilever Indonesia, dan kemudian akan dapat diketahui jawaban dari pada rumusan masalah yang telah dirumuskan. Dengan data yang dikumpulkan yaitu data sekunder berupa hasil penelitian dari artikel-artikel atau penelitian terdahulu, sumber pustaka dan dokumen serta dari sumber-sumber studi literatur yang mendukung penelitian ini. Dalam menganalisis data yang ada dilakukan dengan teknik sistematik literature review, yaitu menginterpretasikan dan menganalisis studi-studi yang berkaitan dengan Strategi Supply Chain Management Dalam Meningkatkan Operasional Perusahaan dengan Studi Kasus pada PT Unilever Indonesia Tbk.

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

SCM (Supply Chain Management) atau dalam bahasa Indonesia dikenal dengan manajemen rantai pasokan merupakan sebuah sistem dalam manajemen yang digunakan dalam dunia bisnis untuk dapat menyediakan dan memproduksi permintaan pasar dengan sebaik-baiknya, mulai dari perencanaan, penyediaan bahan baku atau material yang akan dibutuhkan, proses pendistribusian produk dan pembayaran produk, hingga pada proses tahapan sampainya produk ke tangan konsumen. Pengelolaan hubungan dengan konsumen juga merupakan komponen penting dalam praktik manajemen rantai pasokan karena dapat digunakan sebagai suatu stimulus dari konsumen dalam menggunakan produk yang akan diproduksi oleh perusahaan.

PT Unilever Indonesia adalah perusahaan dengan kategori Personal Care, Food dan Home Care product, ialah salah satu perusahaan penyedia produk yang terkemuka di dunia. PT Unilever Indonesia telah beroperasi secara global dan lebih di 80 negara, sehingga PT Unilever membutuhkan sistem yang lebih terintegrasi dan tidak hanya memungkinkan pemantauan setiap cabang di setiap negara, tetapi juga pembentukan kebijakan strategis untuk meningkatkan proses bisnis internal dan eksternal. Untuk itu PT Unilever Indonesia sudah sepatutnya membentuk sistem dengan konsep yang baik yaitu dapat berupa sistem Supply Chain Management.

Untuk memenuhi permintaan atau kebutuhan konsumen proses rantai pasokan yang dilakukan Unilever sendiri menggambarkan aliran material dari bahan mentah hingga bahan jadi dan diterima oleh

konsumen yang dimana hal ini sesuai dengan teori supply chain pada umumnya yaitu proses produksi barang dari hulu hingga ke hilir.

Pada artikel ini akan dianalisis *Supply Chain Management* yang menjadi bagian dari strategi operasional perusahaan Unilever Indonesia dimulai dari proses awal hingga akhir atau dari hulu hingga ke hilir. Dengan tahapan-tahapan yang menjadi bagian terbentuknya suatu proses yang baik bagi perusahaan, berikut adalah proses *Supply Chain Management* pada perusahaan Unilever Indonesia.

1. Supplier dengan penanganan yang baik, supplier adalah salah satu faktor penentu suatu proses *Supply Chain Management* dapat berjalan dengan baik atau tidak.
  - Dalam hal penentuan supplier, Unilever melakukan kerja sama dengan supplier lokal dan yang berdekatan dengan pabrik sebagai pemasok. Pemasok lokal sebagai penyedia bahan baku atau mentah yang telah ditentukan tersebut juga telah mengikuti standar dari sustainable agriculture code dan business partner code.
  - Selain itu, pihak pemasok atau supplier juga harus dapat memenuhi syarat yang disebut dengan QMS (*Quality Management System*), syarat tersebut merupakan syarat yang telah ditentukan sendiri oleh pihak Unilever. QMS yang akan diterapkan tersebut dilakukan kepada pemasok dengan pihak ketiga untuk melakukan audit, pihak ketiga tersebut telah ditunjuk oleh Unilever. Kegiatan pengauditan ini dilakukan setiap 12 bulan untuk high risk material dan 24 bulan untuk low risk material.
  - Untuk memastikan supplier yang telah dipilih akan mampu sebagai pemasok yang dapat memasok sesuai dengan target secara konsisten, Unilever menerapkan program yang dikenal dengan SQMP (supplier quality management and assessment programme).
  - Supplier yang telah bekerja sama dengan pihak Unilever harus memenuhi standar kesehatan, keamanan dan perlindungan lingkungan dari Unilever secara penuh. Jenis-jenis supplier yang bekerja sama dengan Unilever yaitu home and personal care, manufacture of packaging food, manufacture of raw material food, home and personal care, 3PL for warehouse, 3PM for food, home and personal care, distributor, etc.
2. Manufaktur/Pabrik ialah tempat pengubahan bahan mentah menjadi bahan jadi. Dalam hal ini Manufaktur akan memproduksi jumlah produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen dan tersedia di retailer di waktu yang tepat. Strategi yang dilakukan untuk menerapkan SCM di bagian manufaktur yaitu:
  - Manufaktur pada Unilever menerapkan push strategy dengan aggregate planning dan data forecast aggregate customer demand yang diperoleh melalui retailer dan warehouse, dengan begitu pihak manufaktur dapat menyesuaikan jumlah yang akan diproduksi agar sesuai dengan permintaan pasar.
  - Untuk mengetahui kepastian produksi produk yang akan dilakukan pihak Unilever menggunakan sistem teknologi dengan bantuan penggunaan EDI (electronic data interchange) dari distributor menuju pihak Unilever untuk dikelola yaitu SAP-APO (system application and products in data processing – advance planning and optimization). Sistem SAP-APO bertujuan untuk merencanakan produksi, warehousing dan transportasi, selain itu dapat digunakan untuk melakukan forecasting demand pelanggan untuk di kemudian hari, agar dengan mudah memahami dan mengatur variabilitas permintaan dan supply dan menentukan level inventory yang optimal secara dinamis.
3. Warehouse atau gudang yang merupakan tempat penyimpanan persediaan atau stock produk-produk berada. Strategi Unilever dalam mengelola dan memmanage gudang tempat persediaan bahan-bahan serta produknya yaitu dengan menerapkan sistem SKU (*stock keeping unit*) tujuannya ialah agar mempermudah dalam menentukan rencana produksi serta lebih jelas. Untuk

mengoptimalkan tingkat dari inventory yang dibutuhkan oleh perusahaan, Unilever menggunakan teknologi SmartOps EIO yaitu sebuah aplikasi SmartOPS Enterprise Inventory Optimization. Aplikasi ini membantu operasional perusahaan Unilever untuk dengan mudah memperhitungkan tingkat inventori yang dibutuhkan, data yang dibutuhkan adalah berupa historical data, cost factors and promotion yang nantinya dikelola menjadi optimal inventory and stock keeping unit, berdasarkan hasil pengelolaan, Unilever dapat menentukan week cover dan safety inventory yang mereka gunakan.

4. Distribution Center yaitu Pusat distribusi yang merupakan penyaluran produk-produk yang sudah diproduksi dan disimpan dalam gudang atau warehouse untuk dikirim ke retailer-retailer Unilever. Sistem SCM atau strategi yang digunakan untuk meningkatkan proses pengiriman ini, Unilever menerapkan sistem cross-docking di rantai pasoknya. Sistem ini dapat mempercepat proses pengiriman dan penghematan beban tenaga dan biaya pergudangan, khususnya untuk daerah-daerah dengan luas yang lebih kecil. Untuk moda transportasi yang digunakan dalam proses pengirimannya yaitu moda transportasi laut, darat, dan udara.
5. Retailer sebagai tempat bertransaksi antara penjual dan pelanggan terhadap suatu produk yang akan diperjual belikan. Peran retailer bagi Unilever tidak hanya sebagai tempat transaksi jual beli saja, namun Unilever juga menjadikan retailer sebagai sumber informasi mengenai kebutuhan pelanggan (demand data) dan melalui retailer juga Unilever dapat melihat perkembangan minat dan kebutuhan masyarakat.

## KESIMPULAN

Sistem supply chain management atau manajemen rantai pasokan merupakan sebuah sistem dalam manajemen yang digunakan dalam dunia bisnis untuk dapat menyediakan dan memproduksi permintaan pasar dengan sebaik-baiknya, mulai dari perencanaan, penyediaan bahan baku atau material yang akan dibutuhkan, proses pendistribusian produk dan pembayaran produk, hingga pada proses tahapan sampainya produk ke tangan konsumen.

Dalam operasional perusahaan Unilever Indonesia, SCM merupakan bagian dari sistem dalam meningkatkan kinerja perusahaannya, beberapa sistem dirancang dengan baik sehingga dapat memperoleh hasil yang efektif dan efisien. Mulai dari awal persediaan bahan baku, proses produksi, pendistribusiannya hingga sampainya produk ke tangan konsumen. Dengan pertimbangan strategi dalam pengelolaan kinerja operasional perusahaan Unilever, sehingga dapat menghasilkan produk yang disesuaikan dengan permintaan konsumen ada berbagai sistem-sistem yang diterapkan yaitu sistem QMS (*Quality Management System*), ada juga program SQMP (supplier quality management and assessment programme) dan sistem lainnya yang dirancang sebagai supply chain dalam mengelola operasional perusahaan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anatan L. *Manajemen Rantai Pasokan terhadap Kinerja Rantai Pasok dan Keunggulan Kompetitif*. 2010;4(65):106-117.
- Furqon C, *Manajemen PS, Indonesia UP. ANALISIS MANAJEMEN DAN KINERJA RANTAI PASOKAN*. :109-126.
- NagataWiguna DAY. *Penerapan Strategi Manajemen Rantai Pasok PT Unilever Indonesia , Tbk . Oleh : Dewi Annisa Yakin Nagata Wiguna PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN PPM SCHOOL OF MANAGEMENT*. Published online 2019.

Murni M. Murni 196000100111018 *Penerapan Rekayasa Lingkungan di PT unilever*. 2020;(September).  
doi:10.13140/RG.2.2.17146.93122

Manado PK, Manado PK. 3 1,2,3. 5(2):901-908.

Padmantlyo S, Asep Saputra. *Peranan manajemen rantai pasokan terhadap kualitas produk dan efisiensi distribusi*. :191-197.

Umum T, Manajemen T. *BAB I MANAJEMEN STRATEGIS Capaian Pembelajaran Capaian Pembelajaran Khusus*.

Radjab HARR& E. *Manajemen Strategi*.

Pongoh MA. ISSN 2303-1174 M. Pongoh. *Analisis Perencanaan Manajemen Rantai Pasok.....*  
4(3):695-704.

Sholeh MN. No Title.

Delby Maharani, Haris Wahyudi, Novi Aprillia, Kelly, Andryanto, Ricko Marthin, Dionna Flowerensia, Feby, Fendy Cuandra IZ. *PENGARUH SUPPLY CHAIN MANAGEMENT TERHADAP OPERASIONAL PERUSAHAAN DAN KENDALA PROCUREMENT. TRANSEKONOMIKA Akuntansi, Bisnis dan Keuang*. 2022;2(3):113-126.

Radjab, H. Abd. Rahman Rahim & Enny. 2017. *MANAJEMEN STRATEGI*. Makassar: Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar.

Rahmani, Nur Ahmadi Bi. 2022. *"Manajemen Rantai Pasokan."* Medan: PT Cahaya Rahmat Rahmani.