

INTISARI

Dalam pasar dunia dewasa ini, sebagian industri lebih dipengaruhi oleh tuntutan akan daya tanggap dan keandalan yang semakin meningkat daripada tuntutan lainnya, dan tidak diragukan lagi bahwa tuntutan ini akan terjadi disemua industri serta tidak akan dapat dihindari. Mengelola rantai pasokan secara keseluruhan menjadi suatu faktor kunci bagi keberhasilan usaha. Organisasi berkelas dunia sekarang ini menyadari bahwa proses manufaktur dan distribusi yang tidak terintegrasi, serta buruknya hubungan dengan para pemasok dan pelanggan tidak dapat menjadikan mereka sukses. Bagi perusahaan manufaktur, distribusi, dan retail, pengelolaan rantai pasokan (*supply chain management*) yang efektif merupakan aspek yang paling kritis untuk memastikan suatu keputusan yang sehat, pengaruh pada penjualan dan alur kas yang positif dan peningkatan kepuasan pelanggan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis penerapan pengelolaan rantai pasokan (*supply chain management*) di PT Polytama Propindo dan mengetahui implikasi dari penerapan ini terhadap strategi pemasaran perusahaan. Pada penelitian ini ditemukan bahwa perusahaan telah memiliki lima faktor sukses kunci yang telah dikelola dengan baik, walaupun pelaksanaannya belum terintegrasi pada semua pelaku *supply chain*. Dari penelitian terlihat bahwa *management supply chain* belum menjadi *core competence* bagi perusahaan. Penelitian ini juga melihat bahwa tujuan dari *supply chain management* memiliki kesesuaian dengan strategi bisnis perusahaan, terutama dalam penurunan biaya dan kecepatan pengiriman.

Untuk dapat unggul dalam lingkungan industri polypropylene, dimana harga, kecepatan dan layanan pelanggan menjadi persaingan utama, perusahaan hendaknya melakukan perbaikan secara berkesinambungan melalui aktivitas-aktivitas *supply chain*-nya. Untuk mencapai tujuan ini, perusahaan perlu mengukur kinerja dengan “alat ukur” yang dapat mendukung perbaikan kinerja *supply chain* secara keseluruhan.

Kata Kunci: *Supply Chain Management*, strategi pemasaran, *core competence*, pengukuran kinerja

ABSTRACT

In today's global market, some industries are more affected than others by the increased emphasis on responsiveness and dependability, and there is no doubt that this will inevitably cross all industries. Managing the entire supply chain becomes a key factor for the successful business. World-class organizations now realize that non-integrated manufacturing processes, non-integrated distribution processes and poor relationships with suppliers and customers are inadequate for their success. For manufacturing, distribution, and retail companies, effective supply chain management is one of the most critical aspects to ensuring a healthy bottom line, positively impacting sales, cash flow and improving customer satisfaction.

The purpose of this research is to analyze the implementation of Supply Chain Management in PT Polytama Propindo and to know its implication in their marketing strategies. The research found that the five key success factors exist and managed well in the company, although this practice is not fully integrated yet within the supply chain members in the company. The research reveals that the supply chain management is not being core competence yet in the company. The research also views that the goal of supply chain management has compliances with company business strategies, especially in cost reduction and delivery agility.

To win in the polypropylene industries environment, where price, speed and customer services being a prime competition, company need continuous improvement through their supply chains activities. To achieve this we need performance measures with "metrics", which support global Supply Chain Performance improvements.

Keywords: supply chain management, marketing strategies, core competence performance improvements