

INTISARI

Di era *global competition* saat ini paradigma *mainframe* produsen semakin dituntut untuk lebih *customer oriented* yang tidak hanya *profit oriented* saja. Oleh sebab itu berbagai upaya dilakukan untuk memenuhi *service level customer* dan mengoptimalkan profit. Namun, variabilitas permintaan *customer* yang fluktuatif dan *unpredictable* menjadi permasalahan utama yang tidak terhindarkan, akibat kurangnya koordinasi dan distorsi informasi antar komponen *supply chain* sehingga berakibat terjadinya *bullwhip effect*. PT. Supratik Suryamas sebagai produsen dan penyuplai tetap garpu lipat bagi PT. Indofood Sukses Makmur Tbk tidak lepas dari persoalan tersebut. Maka diperlukan penelitian untuk mereduksi efek tersebut untuk memaksimalkan *profit* baik bagi *customer* maupun produsen.

Penelitian ini bertujuan untuk menghitung dan mengevaluasi besarnya nilai *bullwhip effect* yang terjadi pada rantai pasok *downstream* produk garpu lipat Indofood di PT. Supratik Suryamas serta mengidentifikasi penyebab timbulnya *bullwhip effect* dan memberikan alternatif solusi untuk mereduksi efek tersebut. Metode penghitungan nilai *bullwhip effect* yang digunakan adalah dengan menemukan variansi dan koefisien variansi pada produksi dan permintaan produk garpu lipat Indofood, sehingga diperoleh rasio amplifikasi sebagai parameter terjadinya *bullwhip effect*.

Dari hasil penghitungan, pada periode tahun 2005-2006 besarnya nilai *bullwhip effect* adalah 0,873982627; periode tahun 2006-2007 sebesar 1,039178081; dan periode tahun 2007-2008 sebesar 0,975824435. *Bullwhip effect* terjadi pada periode 2006-2007. Hal tersebut disebabkan oleh faktor *lead time*, permintaan yang *unpredictable*, sistem transportasi dan distribusi dan lemahnya koordinasi internal maupun eksternal sehingga mengakibatkan distorsi informasi. Ini dapat diminimalisasikan dengan mengupayakan *information sharing*, kebijakan sistem transportasi yang efektif dan efisien, meningkatkan kualitas produksi, dan menerapkan strategi *centralized information*.

Kata kunci: *supply chain*, koefisien variansi, *bullwhip effect*, rasio amplifikasi