

---

**ANALISIS PENERAPAN ERP DAN SCM PADA PT INDOFOOD  
SUKSES MAKMUR TBK****Oleh****Agnes Fitriani<sup>3)</sup>, Kelvin Kwek<sup>4)</sup>, Lydia Then<sup>5)</sup>, Supriyadi Arifin<sup>6)</sup>  
<sup>1,2,3,4,5,6</sup>Jurusan Manajemen, Universitas Internasional Batam****E-mail: <sup>1</sup>[fendy.cuandra@uib.ac.id](mailto:fendy.cuandra@uib.ac.id), <sup>2</sup>[rizni@uib.edu](mailto:rizni@uib.edu), <sup>3</sup>[2041265.agnes@uib.edu](mailto:2041265.agnes@uib.edu),  
<sup>4</sup>[2041326.kelvin@uib.edu](mailto:2041326.kelvin@uib.edu), <sup>5</sup>[2041313.lydia@uib.edu](mailto:2041313.lydia@uib.edu), <sup>6</sup>[20413217.supriyadi@uib.edu](mailto:20413217.supriyadi@uib.edu)****Abstrak**

Perusahaan dapat memanfaatkan sejumlah teknologi informasi untuk membantu dan mendukung proses bisnis yang ada di perusahaan. Salah satu proses bisnis yang dapat dikembangkan dengan pemanfaatan internet dalam menciptakan keunggulan daya saing adalah proses *Enterprise Resources Planning* dan *Supply Chain Management*. Penelitian ini merupakan hasil penelitian dari penerapan *Enterprise Resources Planning* dan *Supply Chain Management* dari PT Indofood Sukses Makmur Tbk. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian kali ini adalah menggunakan pendekatan deskriptif. Rantai pasok dari PT Indofood antara lain; *Supplier* tepung dan bumbu sebagai bahan utama pembuatan mie instan, *Warehouse* sebagai gudang penyimpanan stok atau persediaan, pabrik pembuatan mie instan yaitu mengolah bahan mentah menjadi produk setengah jadi, lab uji coba untuk mengecek kualitas dari mie instan apakah layak untuk diedarkan, pengemasan mie instan setelah lulus dari uji coba kualitas, distributor mie instan merupakan proses pendistribusian dari pabrik ke agen distributor, mengecer mie instan ke toko-toko kecil, konsumen dapat membeli indomie dari pengecer. Dengan adanya penerapan ERP, PT Indofood juga mampu menyesuaikan minat konsumen untuk mendapatkan tingkat yang lebih efisiensi dalam memaksimalkan hasil pendapatan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa PT Indofood telah menjalankan SCM dan ERP dengan baik, sehingga hal ini dapat meningkatkan keuntungan dan meningkatkan produktivitas perusahaan.

**Kata Kunci: PT. Indofood, ERP, SCM****PENDAHULUAN**

Mie adalah olahan yang dihasilkan dari adonan tepung terigu yang kemudian dipipihkan dengan bentuk yang panjang-panjang yang kemudian dimasak dalam air mendidih dan mie juga dapat dijadikan bahan substitusi atau pengganti nasi, mie sendiri mengandung karbohidrat sehingga masyarakat yang mengonsumsi mie juga bisa mengenyangkan juga. Salah satu makanan mie yang digemari oleh kalangan masyarakat adalah mie instan yang merupakan salah satu makanan cepat saji dengan harga yang relatif murah bagi para pembeli dan mie instan ini dalam proses masak hingga matang ini sangatlah cepat maka dari itu banyak yang mengonsumsi mie sebagai bahan pengganti

nasi, mie instan sendiri dapat ditemui dimana-mana, mie instan juga memiliki harga jual yang murah yang menjadi banyak pilihan utama masyarakat ketika tidak tahu ingin makan apa. Selain itu, mie instan juga memiliki rasa yang lezat serta cara masak yang mudah dan praktis. Mie instan dapat dikonsumsi oleh siapapun, anak kecil maupun orang tua. Diperkirakan masyarakat Indonesia pasti setidaknya mengonsumsi 1 bungkus mie instan setiap 1 pekan. Selama masa pandemi Covid-19, diketahui bahwa konsumsi mie instan mengalami kenaikan. Pada tahun 2020, Indonesia juga mengeksport produk mie instannya ke Malaysia (31,40%), Australia (9,84%), Singapura (4,70%), Amerika Serikat (4,51%), dan Timor Leste (4,24%). Total

ekspor mie instan Indonesia mencapai US\$271,34 juta, meningkat sebanyak 22,96% dari tahun 2019 senilai US\$220,7 juta. (Cut, 2022)

**Tabel 1. Total pendapatan ekspor tahun 2020 (CNBC Indonesia, 2022)**

**Tabel 2 Total presentase ekspor pada tahun 2020 (CNBC Indonesia, 2022)**

Tahun	Total Pendapatan Ekspor
2019	\$220,7 juta
2020	\$271,34 juta

Hasil riset yang dilakukan oleh IEB institute (Indonesia Eximbank Institute)

Negara	Persentase Ekspor Tahun 2020
Malaysia	31,40%
Australia	9,84%
Singapura	4,70%
Amerika Serikat	4,51%
Timor Leste	4,24%

mengatakan bahwa pada tahun 2020 indonesia mengalami peningkatan yang cukup signifikan pada proses pengekporan indomie keluar negeri, hal ini bisa dilihat pada table jumlah pendapatan pada tahun 2019 dan 2020, pada tahun 2019 indonesia dari hasil ekspor Indonesia menerima sebesar \$220,7 juta USD sedangkan pada tahun 2020 indonesia mengalami peningkatan sebesar \$50.64 juta USD hal ini sangatlah bagus untuk mendukung perekonomian di Indonesia apalagi saat kasus pandemi covid-19 yang meningkat yang membuat banyak perusahaan yang mengalami kerugian. (CNBC Indonesia, 2022)

Mie instan kesukaan masyarakat Indonesia antara lain adalah indomie goreng yang diproduksi oleh PT Indofood CBP Sukses Makmur. Pada awalnya, PT Panganjaya Intikusuma didirikan pada tanggal 14 Agustus 1990 yang pabriknya terletak di kawasan Sudirman Plaza, Jakarta. Namun akhirnya pada tanggal 5 Februari 1994, PT Panganjaya

Intikusuma mengganti namanya menjadi PT Indofood Sukses Makmur, yang kini dikenal sebagai salah satu perseroan mie instan terkemuka di Indonesia yang dimiliki oleh Salim Group, PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk. Cabang Bandung didirikan pada Mei 1992 dan mengalami penggabungan beberapa anak perusahaan dari Indofood Group sehingga mengganti namanya menjadi PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk yang khusus beroperasi untuk pengolahan mie instan. Adapun produk mie instan yang dijual oleh Indofood CBP Sukses Makmur adalah Indomie, Supermi, Sarimi, Pop Mie, Sakura dan Mi Telur Cap 3 Ayam. (Indo Produk, 2020)

Indomie dinobatkan menjadi produsen mie instan terbesar di dunia. Indomie juga dapat ditemukan di Timur Tengah, Afrika, Eropa dan lebih dari 60 negara lainnya. Indofood sering mengeluarkan Indomie dengan rasa atau varian baru yang berbeda-beda yang dapat menarik perhatian hati masyarakat untuk mencoba produk barunya. Diperkirakan, dalam hasil wawancara dari seorang reporter bahwa produk indomie saat ini ada sekitar 60 varian indomie yang beredar di pasaran. Namun, produk yang paling disukai oleh masyarakat Indonesia antara lain adalah indomie goreng dan indomie kuah. Selain itu, varian indomie juga dikembangkan ke dalam berbagai kuliner Indonesia, contohnya Indomie rasa Soto Padang, Indomie rasa Coto Makassar, Indomie rasa Sop Buntut dan masih banyak lainnya. PT Indofood CBP Sukses Makmur juga pernah punya lini produk khusus anak-anak, yaitu Indomie *My Noodlez* Mie Goreng rasa Rumput Laut, rasa Salmon Teriyaki, dan rasa *Pizza Cheese*. Selain Indomie, PT Indofood juga memproduksi produk lain yang terkenal di Indonesia. Produk tersebut antara lain adalah Susu Indomilk, keripik kentang Chitato, Chiki Balls, Indofood Kecap Manis, Promina bubur bayi, Teh Ichi Ocha, tepung Segitiga Biru, saus pasta La Fonte, minyak Bimoli, dan masih banyak produk lainnya. (Setyorini, 2020)

Agar perusahaan PT Indofood dapat berjalan dengan baik, perusahaan dapat memanfaatkan beberapa teknologi untuk membantu dan mendukung proses bisnis yang ada di dalam perusahaan. Salah satunya dengan menerapkan proses *Supply Chain Management* (SCM) dan *Enterprise Resources Planning* (ERP). Penerapan sistem SCM pada perusahaan sangatlah dibutuhkan bagi sebuah perusahaan yang bergerak dibidang manufaktur salah satu contohnya adalah perusahaan Indofood yang telah menggunakan berbagai jenis teknologi yang sesuai dengan kebutuhan pada perusahaan tersebut seiring dengan berjalannya perkembangan globalisasi yang sebelumnya hanya menerapkan konsep *supply chain* secara tradisional yang kini berganti mejadi konsep penerapan, penerapan sistem E-SCM atau *Electronic Supply Chain* ini merupakan peningkatan teknologi dari sebelumnya, peningkatan teknologi ini bertujuan untuk memudahkan dalam proses menghasilkan produk yang ingin dipasarkan menjadi lebih efektif dan efisien ketimbang sebelumnya. Ini juga sangat membantu pada operasional perusahaan Indofood yang mampu mengurangi waktu pengerjaan yang menjadi lebih singkat, memenuhi keinginan para konsumen, dan juga mampu mengurangi biaya menjadi lebih optimal, selain itu penerapan sistem E-SCM pada perusahaan Indofood juga sangat membantu pada peningkatan proses produksi mulai dari proses penyetokan bahan baku hingga proses pembuatan sampai ke tahap distribusi ke agen maupun ke konsumen maka dari itu penerapan sistem E-SCM sangat bermanfaat diterapkan pada perusahaan Indofood dalam proses bisnis yang mereka jalankan (Ang, 2014). Kemudian penerapan sistem ERP pada perusahaan Indofood ini bertujuan untuk meningkat kualitas sumber daya manusia (SDM) yang dimiliki oleh perusahaan Indofood agar para karyawan atau pekerja lebih mudah di kontrol oleh *human resource department* karena jumlah pekerja yang dimiliki sangatlah banyak maka sistem

ERP pada bagian sumber daya manusia sangatlah berguna untuk sebuah perusarenhaan besar yang ternama, kemudian penerapan sistem ERP ini jugalah sangat penting dalam mengejar target kesuksesan pada sebuah perusahaan, karena setiap bagian dari perusahaan ini harus menyelesaikan target yang telah mereka rencanakan dalam satu periode. Contohnya seperti sektor di sektor gudang, pada bagian ini kepala gudang harus optimal dalam melakukan pengecekan terhadap bahan-bahan yang diperlukan dalam satu periode untuk memastikan bahwa semua bahan yang telah dikumpul dari *supplier* bisa memproduksi *Mie Instant* dalam waktu satu periode yang telah ditentukan oleh atasan, maka dari itu penerapan sistem ERP inilah sangat membantu agar semua bisa teratur dan sesuai dengan apa yang diinginkan.(Falah, 2017)

## LANDASAN TEORI

### *Supply Chain Management*

Menurut Heizer dan Rander, manajemen rantai pasok merupakan proses dalam mengelola berbagai macam kegiatan dengan tujuan untuk mendapatkan bahan yang belum jadi yang kemudian diubah dari barang yang belum jadi menjadi barang setengah jadi ataupun barang yang sudah jadi, kemudian hasil dari barang tersebut akan dikirimkan ke pelanggan atau konsumen yang telah diedarkan ke pasar-pasar.(Daniel, 2022)

Mengelola dan mengendalikan manajemen rantai pasok termasuk dari bahan baku atau bahan, pembayaran, informasi dari pemasok ke produsen atau dari pedagang pengecer ataupun grosir ke pelanggan atau pembeli mereka. Ruang lingkup manajemen rantai pasok mencakup kegiatan administrasi, operasional, dan logistik sehari-hari dari bisnis. *Supply Chain Management* termasuk hal yang sangat kompleks bila diterapkan pada perusahaan besar, namun jika sistemnya berjalan dengan sistematis, maka perusahaan tersebut dapat beroperasi secara efisien dan efektif.

Beberapa tujuan dari manajemen rantai pasok yaitu (Irene, 2021):

1. Mampu memuaskan terhadap kebutuhan konsumen yang kemudian menghasilkan keuntungan.
2. Untuk mendapatkan biaya yang lebih rendah dan layanan yang ditawarkan agar lebih maksimal.
3. Dapat memenangkan persaingan pasar.
4. Merencanakan dan mengkoordinasikan seluruh aktivitas dari rantai pasok untuk mencapai pelayanan yang lebih maksimal dengan biaya yang relatif rendah kepada pelanggan.
5. Memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan dengan memaksimalkan keseluruhan yang diciptakan sambil meminimalisir biaya keseluruhan seperti pada biaya pemesanan dan pengiriman.

Secara umum, dengan menerapkan konsep *Supply Chain Management* di sebuah perusahaan, maka akan ada beberapa manfaat yakni kepuasan pelanggan, peningkatan pendapatan, pengurangan biaya, peningkatan efisiensi pemanfaatan aset, peningkatan keuntungan dan bisnis yang lebih besar. (Sucahyowati, 2011). Berikut adalah manfaat dari manajemen rantai pasok:

1. Kepuasan pelanggan, adalah tujuan utama dari kegiatan proses produksi setiap produk yang dihasilkan oleh perusahaan adalah konsumen atau pengguna produk tersebut. Dalam konteks ini pengguna dan konsumen adalah para-pembeli yang setia dalam jangka waktu yang panjang. Untuk mendapatkan pelanggan yang loyal, maka perusahaan harus memberikan pelayanan yang terbaik agar konsumen merasa puas atas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan.
2. Meningkatkan gaji. Banyaknya pelanggan yang setia serta menjadi mitra dari setiap perusahaan dapat meningkatkan penghasilan bagi perseroan, sehingga pada saat perusahaan menghasilkan suatu produk tidak akan terjadinya pemborosan karena

produk yang dihasilkan banyak diminati oleh masyarakat luas.

3. Mengurangi biaya aliran agregat produk dari perseroan terhadap konsumen, dapat mengurangi biaya distribusi.
4. Peningkatan efisien pada pemanfaatan aset. Aset terpenting adalah faktor manusia, untuk menjadi lebih terampil yang baik maka manusia berlatih dari segi pengetahuan maupun keterampilan. Sebagaimana dalam pelaksanaan *Supply Chain Management*, tenaga manusia mampu memberdayakan penggunaan teknologi yang tinggi.
5. Meningkatkan keuntungan. Dengan peningkatan yang kuat dalam jumlah pelanggan setia, maka perusahaan dapat meningkatkan keuntungan yang lebih.
6. Perseroan yang semakin besar. Ketika perusahaan memperoleh laba dari segi tahap distribusi produknya maka lambat laun perusahaan akan tumbuh lebih besar.

Ada beberapa proses manajemen rantai pasok, sebagai berikut (IPQI, 2020):

1. *Customer* (pelanggan)  
Sebagian besar industri manufaktur, *customer* atau pelanggan adalah mata rantai pertama yang dapat memberikan pesanan, terutama pada perseroan yang menerapkan OEM (*Original Equipment Manufacturer*). Dengan adanya produk yang ditawarkan oleh perusahaan, pelanggan dapat memutuskan untuk membeli sebuah produk melalui departemen penjualan terhadap perseroan tersebut. Dalam pesanan, ada beberapa informasi penting yaitu, tanggal pengiriman produk, produk apa yang ingin dibeli oleh pelanggan, dan jumlah produk yang ingin dipesan oleh pelanggan, dll.
2. *Planning* (perencanaan)  
Setelah pelanggan memesan produk yang mereka inginkan, departemen perencanaan mulai menyiapkan rencana produksi untuk menghasilkan produk yang diinginkan oleh pelanggan. Dalam prosesnya, departemen perencanaan juga mengetahui adanya

- kebutuhan terhadap material yang diperlukan dan bahan pendukung.
3. *Purchasing* (pembelian)  
Setelah menerima rencana produksi, dalam hal seperti kebutuhan terhadap bahan baku dan bahan pelengkap, bagian departemen pembelian akan memesan bahan baku dan bahan pelengkap nya untuk menghasilkan produk yang diinginkan oleh pembeli
  4. *Inventory* (persediaan)  
Bahan baku dan bahan pelengkap lainnya yang telah dipesan dan diterima oleh pabrik yang kemudian akan diperiksa terlebih dahulu terhadap kualitas dan kuantitas terhadap barangnya yang kemudian barang tersebut akan disimpan ke dalam gudang untuk berproduksi nantinya.
  5. *Production* (produksi)  
Bagian dari departemen manufaktur akan menggunakan bahan primer dan bahan sekunder yang sudah diberikan oleh pemasok untuk melangsungkan proses manufaktur untuk menciptakan sebuah produk yang jadi atas keinginan pelanggan. Kemudian, produk jadi yang sudah diproduksi akan disimpan di gudang yang nantinya siap dikirim ke pelanggan sesuai jadwal yang telah ditentukan.
  6. *Transportation* (transportasi)  
Departemen pengirimanlah yang akan mengatur waktu untuk mengangkut produk keluar dari gudang sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan oleh pelanggan.
- bisnis dari *channel* pemasok ke *channel* pelanggan.
2. Pengenalan teknik, teknologi, dan strategi manajemen baru untuk membantu perusahaan mengkomputerisasi dan mendigitalkan aktivitas internal mereka.
  3. Kebutuhan perusahaan untuk menjadi efisien untuk beradaptasi dengan meningkatnya permintaan pelanggan, yang tuntutan dan daya tawarnya terus meningkat.
  4. Upaya untuk mengoptimalkan bisnis dengan mengurangi tingkat persediaan baik di manufaktur dan distribusi serta mempertahankan kualitas dan layanan yang unggul.
  5. Penghilangan integrasi vertikal dan organisasi berorientasi fungsional.
  6. Kecenderungan mengalihdayakan operasi operasional tertentu yang tidak penting bagi perusahaan ke perusahaan lain yang berspesialisasi dalam bidang itu.
  7. Pertumbuhan perdagangan global yang meluas dan pembukaan pasar baru yang sebelumnya ditutup beberapa tahun yang lalu.
  8. Teknologi e-bisnis, khususnya internet, telah memungkinkan organisasi dari semua ukuran untuk memiliki jaringan dan berhubungan erat dengan mitra mereka dan menaklukkan dan bersaing untuk pangsa pasar sebelumnya yang mungkin hanya dilakukan oleh perusahaan besar.
  9. Organisasi dari berbagai ukuran dapat memiliki jaringan dan terhubung erat dengan mitra mereka, menaklukkan dan bersaing untuk pangsa pasar yang sebelumnya hanya dapat dicapai oleh perusahaan besar melalui teknologi e-bisnis, khususnya internet.

### **Teori Penerapan *Electronic Supply Chain Management* (E-SCM)**

*Electronic Supply Chain Management* (e-SCM) adalah aplikasi teknologi kolaboratif untuk meningkatkan operasi dan administrasi jaringan pasokan Berikut ini adalah faktor utama yang mempengaruhi transisi dari SCM ke e-SCM (Sudrajat, 2017):

1. Persyaratan untuk pengurangan biaya lebih lanjut serta perbaikan proses melalui pengembangan manajemen modern dalam

### **Teori *Determining The Optimal Level of Product Availability* pada SCM**

Tingkat ketersediaan produk dapat dihitung dengan tingkat pengisian atau tingkat layanan siklus, yang dimana ukuran seberapa banyak permintaan pelanggan dapat dipenuhi

oleh persediaan yang ada. Salah satu ukuran utama seberapa responsif rantai pasokan adalah tingkat ketersediaan produk, atau tingkat layanan pelanggan. Rantai pasok dapat memanfaatkan tingkat ketersediaan produk yang tinggi agar dapat meningkatkan daya tanggap dan juga menarik pelanggan. Dan kemudian rantai pasok pun dapat meningkatkan pendapatan. Tingkat ketersediaan produk yang tinggi juga memerlukan persediaan yang tidak sedikit pula, dan hal ini juga dapat meningkatkan biaya rantai pasokan. Tingkat ketersediaan produk yang baik ialah yang dapat memaksimalkan profitabilitas rantai pasok. Maka dari itu, rantai pasokan perlu mencapai keseimbangan antara ketersediaan dengan biaya persediaan (HKT, 2021)

Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi tingkat ketersediaan produk yang optimal, antara lain (Bahri, 2020):

1. Biaya *overstocking* adalah kerugian perusahaan untuk setiap unit produk yang tidak terjual pada akhir musim penjualan.
2. Biaya kekurangan persediaan adalah kerugian yang ditanggung perusahaan dalam setiap penjualan yang hilang diakibatkan persediaan yang tidak tersedia. Biaya kekurangan stok harus mencakup batas kerugian untuk penjualan ini sampai penjualan berikutnya.

Di sebagian besar perusahaan, stok bahan baku sangat diperlukan. Besar tidaknya ketersediaan bahan bapada suatu perusahaan tergantung pada berbagai faktor, antara lain sebagai berikut:

1. Volume harus tersedia untuk melindungi perusahaan dari gangguan proses produksi yang disebabkan oleh kehabisan stok
2. Volume produksi yang diharapkan perusahaan untuk diproduksi. Volume ini sangat tergantung pada volume produksi yang diharapkan akan dijual oleh perusahaan.
3. Jumlah bahan baku yang dibeli setiap kali pembelian dilakukan untuk menentukan biaya pembelian minimum.

4. Perkiraan variasi harga bahan baku di masa yang akan datang.
5. Peraturan tentang pasokan bahan baku.
6. Harga pembelian bahan baku
7. Biaya penyimpanan dan resiko penyimpanan pada gudang
8. Tingkat kecepatan bahan baku menjadi rusak atau kualitasnya menurun.

#### ***The Importance Level of Product Availability pada SCM***

Tingkat ketersediaan sebuah produk dapat diukur dengan metode *cycle service level* (CSL) atau menggunakan metode *fill rate*, yang merupakan metrik untuk jumlah permintaan terhadap keinginan pelanggan yang harus dipenuhi dari persediaan bahan yang tersedia. Hal ini tentu membuat sebuah rantai pasokan pada sebuah perusahaan akan lebih meningkatkan daya tanggap terhadap para pelanggan, sehingga ini juga mampu meningkatkan pendapatan untuk rantai pasok. Namun, tingkat ketersediaan produk yang tinggi juga memerlukan persediaan barang yang cukup besar. Hal ini dapat menambah biaya rantai pasok semakin tinggi. Maka dari itu, rantai pasok harus benar-benar mempertimbangkannya, agar mencapai keseimbangan antara tingkat ketersediaan dan biaya persediaan. Tingkat ketersediaan produk yang optimal adalah yang memaksimalkan keuntungan rantai pasokan.(Banyumasan, 2012)

#### ***Factors Affecting Optimal Level of Product Availability pada SCM***

Terdapat beberapa factor yang mempengaruhi tingkat optimal ketersediaan produk pada sebuah perusahaan, factor yang mempengaruhi yaitu adanya biaya *overstocking* dan biaya *understocking* pada sebuah perusahaan. Biaya *overstocking* merupakan biaya kerugian yang timbul akibat dari adanya produk yang tidak habis terjual dalam kurun satu periode, sedangkan biaya *understocking* adalah biaya yang kerugian bagi sebuah perusahaan yang dikarenakan kehilangan penjualan yang diakibatkan dari kurangnya

persediaan barang dalam waktu satu periode. Biaya kekurangan persediaan (*understocking*) dapat diturunkan dengan menyediakan produk pengganti kepada para pelanggan. Penurunan biaya kekurangan persediaan memungkinkan perusahaan untuk meningkatkan keuntungan dengan menyediakan tingkat ketersediaan produk yang lebih rendah jika ada produk alternatif yang tersedia untuk melayani pelanggan, sehingga hal tersebut dapat mengurangi jumlah kelebihan persediaan di akhir periode. (Meindl, 2016)

### **Enterprise Resource Planning (ERP)**

*Enterprise Resource Planning* (ERP) adalah sistem bisnis yang mencakup fungsi yang keseluruhan dalam suatu perusahaan yang dikendalikan oleh modul perangkat lunak yang terintegrasi untuk mendukung proses bisnis dari proses dalam perseroannya langsung untuk perseroan tersebut. Contohnya seperti penerapan, perangkat lunak ERP di perusahaan manufaktur biasanya dimulai dengan mengolah data yang masuk, mengetahui status penjualan, persediaan, pengiriman, pembuatan *invoice*, dan juga memperhitungkan permintaan barang yang masih mentah dan kebutuhan atas sumber daya manusia yang diperlukan (Putrianti, 2013)

Menurut O'Brien, J. A., & Marakas, G. M., sistem ERP memberikan nilai bisnis yang relevan dengan bisnis, yaitu (Putrianti, 2013):

#### 1. *Quality and Efficiency*

ERP adalah rangkaian kerja dengan tujuan memajukan proses bisnis internal terhadap sebuah perseroan secara signifikan bagi sebuah perseroan yang menerapkannya proses implementasi ini. Misalnya pada layanan pelanggan, manufaktur, dan distribusi dalam hal kualitas dan efisiensi.

#### 2. *Decision Making*

Sistem ERP dapat dengan cepat melaporkan informasi tentang kinerja bisnis kepada manajer secara sigap, agar mampu meningkatkan keterampilan manajer untuk membuat keputusan yang tepat dan terbaik dalam bisnis yang diambilnya.

#### 3. *Cost Reduction*

Beberapa perusahaan telah melaporkan pengurangan biaya yang cukup drastis dalam proses transaksi, biaya perangkat lunak dan perangkat keras.

#### 4. *Business Coordination*

Memberikan tingkat fleksibilitas pada dalam perencanaan bagan organisasi di sebuah perseroan itu merupakan tanggung jawab atas manajemen, dan lokasi kerja untuk memudahkan perseroan untuk menggarap peluang bisnis yang baru.

Ada beberapa tujuan dan peran ERP dalam sebuah perusahaan, yaitu (Arianty, 2017)

1. Untuk mengkoordinasikan operasi organisasi secara keseluruhan dan menyeluruh.
2. Pengembangan terhadap perangkat lunak:
  - a. Mengotomatiskan dan mengintegrasikan berbagai proses bisnis.
  - b. Berbagi *database* yg umum dan praktik bisnis di seluruh perusahaan.
  - c. Pembuatan informasi dengan waktu nyata.
  - d. Memungkinkan sinkronisasi antara perencanaan transaksi dan aktivitas pemrosesan.
3. Meminimalkan proses eksekusi yang memakan banyak waktu dan menghilangkan duplikasi data.
4. Tingkatkan penjualan melalui pengelolaan suatu *item* atau layanan yang lebih cepat.

## **METODE PENELITIAN**

### **Rancangan Penelitian**

Rancangan penelitian merupakan suatu gambaran ataupun sketsa rencana berisi metode yang akan digunakan dalam penelitian. Metode penelitian tersebut akan membantu menyempurnakan hasil rancangan, baik untuk penjabaran maupun jawaban dari penelitian yang telah dilaksanakan. Penelitian kali ini, kami menggunakan metode penelitian kualitatif untuk membahas serta menganalisis tentang pengaruh manajemen rantai pasok berbasis

sistem ERP dalam meningkatkan kinerja suatu organisasi atau perusahaan.

### Objek Penelitian

Objek penelitian adalah hasil riset atau analisa dari suatu hasil penelitian terhadap suatu benda atau objek yang diamati. Objek tersebut dapat berupa orang maupun peristiwa yang pernah terjadi yang kemudian mencari unsur permasalahan yang terjadi dengan tujuan untuk mencari penyebab utama yang terjadi serta mencari jalan keluarnya terhadap masalah yang dialami. Objek penelitian dapat berupa sifat dari seseorang ataupun sekelompok orang. Kemudian mengulas kembali masalah atau pandangan dari sekelompok orang tersebut yang perlu dipelajari dan diteliti lebih dalam (Salmaa, 2018)

Objek penelitian kali ini merupakan perusahaan yang cukup dikenal oleh sebagian besar masyarakat Indonesia dalam memproduksi makanan dan minuman, yakni Perusahaan Indofood. Dengan objek ini lah, kami akan melakukan analisa mengenai pengaruh manajemen rantai pasok berbasis sistem ERP dalam meningkatkan kinerja suatu organisasi atau perusahaan terhadap Perusahaan Indofood.

### Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang kami gunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Metode ini merupakan teknik pengumpulan data melalui internet. *Internet searching* membantu para peneliti dalam menemukan data dan memperbaiki data. Data yang kami gunakan berasal dari data sekunder. Dengan mengumpulkan data dari berbagai referensi yang berasal dari perpustakaan, data dari internet dan dari perusahaan yang dapat membantu dalam penulisan. Data sekunder ini akan kami kumpulkan dan kemudian diulas kembali (USM, 2019).

### Metode Menganalisis Data

Metode analisis data yang kami gunakan adalah metode kualitatif. Dengan metode kualitatif ini, kita menganalisis kejadian-kejadian yang ada, yang kemudian

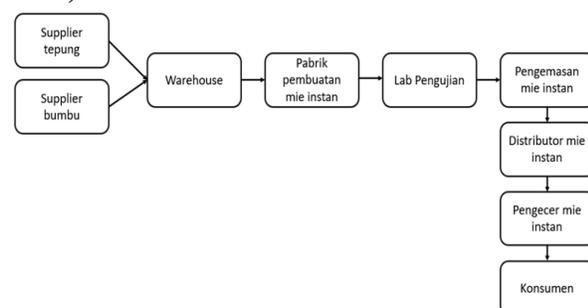
nantinya akan di analisis bersamaan dengan teori-teori yang ada. Analisis data dapat dilakukan dalam penelitian pada saat pengumpulan data berjalan dan juga pada saat selesai pengumpulan data. Pada saat mengumpulkan data, peneliti sudah mulai melakukan analisis terhadap data yang didapatkan. Jika data yang sudah ada belum lengkap, maka kami para peneliti akan melanjutkan tahap pengumpulan data hingga tahap tertentu, yang dimana data tersebut dianggap kredibel.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Analisis penerapan *Supply Chain* pada PT Indofood

Pada proses penerapan rantai pasok ada beberapa tahap yang harus dijalankan seperti pada pelanggan, perencanaan, pembelian, persediaan, bahan produksi dan juga transportasi sehingga proses-proses dari sini harus berkaitan agar mendapatkan tujuan utama dalam SCM, sebelum tahap tersebut dijalankan ada pula komponen-komponen yang harus dipenuhi seperti pada proses pengumpulan bahan baku dari *supplier* yang kemudian dilanjutkan dengan proses perubahan barang mentah menjadi barang yang jadi dan yang terakhir adalah proses penyebaran produk oleh perusahaan ke pembeli ataupun agen-agen lainnya. Berikut ini merupakan gambaran dalam penerapan SCM pada PT Indofood pada proses pembuatan mie instan.

**Tabel 3. Rantai pasok PT Indofood (Liko, 2019)**



*Point 1: supplier tepung*, pada point pertama ini *supplier* mengirimkan stok tepung ke gudang

untuk dijadikan sebagai bahan persediaan dalam proses pembuatan mie instan.

*Point 2: supplier* bumbu, pada poin kedua ini *supplier* bumbu mengirimkan seluruh varian atau jenis bumbu mie instan yang telah diracik yang akan dijadikan sebagai bahan perasa untuk mie instan.

*Point 3: warehouse* atau gudang, pada point ketiga ini digunakan untuk menyimpan seluruh stok atau persediaan yang telah dikirimkan oleh *supplier*.

*Point 4:* pabrik pembuatan mie instan, pada point keempat ini dilakukannya proses pembuatan mie dari bahan mentah menjadi produk setengah jadi.

*Point 5:* lab pengujian, pada point kelima ini dilakukan pengujian oleh badan penelitian makanan untuk mengetahui hasil produk yang diciptakan apakah produk ini layak untuk dipasarkan.

*Point 6:* pengemasan mie instan, pada tahap keenam ini dilakukan proses *packaging* setelah melewati proses pengujian di lab pengujian.

*Point 7:* distributor mie instan, pada tahap ketujuh ini dilakukan proses pendistribusian dari pabrik kepada para pedagang dan agen-agen di pasaran.

*Point 8:* pengecer mie instan, pada tahap kedelapan ini masuk kedalam proses penerimaan produk dari distributor mie ke toko-toko kecil yang kemudian akan dijual ke masyarakat umum.

*Point 9:* konsumen, pada tahap kesembilan ini para konsumen membeli mie instan dari pengecer untuk dikonsumsi.

Tujuan dari penerapan *supply chain* pada PT Indofood adalah mampu memuaskan keinginan atas pelanggan, maka dari itu banyak perusahaan-perusahaan besar yang menerapkan sistem SCM, bukan hanya memuaskan keinginan atas pelanggan penerapan SCM ini juga meningkatkan keuntungan yang lebih bagi suatu perusahaan, jika suatu perusahaan tersebut sudah memiliki keuntungan yang besar maka penerapan SCM ini menjadi sebuah kunci

utama bagi perusahaan untuk mendapatkan keuntungan yang lebih lagi.

### **Analisa Determining The Optimal Level of Product Availability**

#### 1. Biaya *Overstocking*

Dalam perhitungan ketersediaan barang maka harus menggunakan rumus dari Rasio perputaran persediaan atau *inventory turnover ratio* biasanya rasio ini secara umum digunakan untuk menghitung seberapa cepat persediaan dapat terjual untuk menghindari kelebihan persediaan (*overstock*). Maka dari itu, semakin cepat perputaran rasionya, akan semakin bagus bagi perusahaan. Akan tetapi, apabila rasio perputarannya terlalu cepat, maka akan mengakibatkan kehabisan persediaan karena persediaan terlalu cepat habis. Jika perputaran persediaan perusahaan dibawah 20 kali maka dapat dikatakan sebagai perputaran yang tidak baik, namun apabila perputaran diatas 20 kali maka dapat dikatakan sebagai perputaran yang baik. (Hanifah, 2021a)

Berikut ini merupakan rumus perhitungan menggunakan rasio perputaran persediaan:

#### **Tabel 4. Rumus Rasio Perputaran Persediaan (Hanifah, 2021b)**

$$\text{Rasio Perputaran Persediaan} = \frac{\text{Beban Pokok Penjualan}}{\text{Persediaan}}$$

Berikut adalah tabel rasio perputaran persediaan PT Indofood Sukses Makmur pada tahun 2017 hingga tahun 2019 yang disajikan dalam jutaan rupiah

#### **Tabel 5. Rasio Persediaan PT Indofood Sukses Makmur (Hanifah, 2021b)**

Tahun	Beban Pokok Perjualan	Persediaan	Rasio
2017	50,416,667	9,792,768	5,15
2018	53,182,723	11,644,156	4,57
2019	53,876,594	9,658,705	5,58

Berdasarkan tabel rasio perputaran persediaan diatas, dapat disimpulkan PT Indofood Sukses Makmur mengalami fluktuasi

dari tahun 2017 hingga tahun 2019. PT Indofood Sukses Makmur mengalami perputaran rasio sebesar 5,15 kali pada tahun 2017. Kemudian PT Indofood Sukses Makmur mengalami penurunan perputaran rasio dari tahun sebelumnya menjadi 4,57 kali perputaran pada tahun 2018. Penyebab dari penurunan rasio perputaran ini adalah karena jumlah beban pokok penjualan serta jumlah persediaan yang meningkat. Namun pada tahun 2019, PT Indofood Sukses Makmur mengalami peningkatan perputaran rasio persediaan menjadi 5,58 kali dalam setahun. Penyebab dari peningkatan perputaran rasio ini adalah karena jumlah beban pokok yang meningkat dan jumlah persediaan yang menurun. Kesimpulan dari 3 tahun rasio perputaran persediaan PT Indofood pada tahun 2017 hingga 2019 adalah secara keseluruhan perputaran persediaan ini menunjukkan bahwa PT Indofood Sukses Makmur memiliki perputaran persediaan yang tidak baik karena perputaran persediaan perusahaan dibawah 20 kali menurut standar umum. Hal ini disebabkan oleh besarnya jumlah persediaan.

#### **Analisis Penerapan ERP pada PT Indofood**

Tujuan penerapan sistem ERP pada PT Indofood bertujuan untuk menangani dari proses-proses manufaktur, logistik, distribusi, perlengkapan, dan lainnya maka dari itu diterapkannya sistem ERP dengan tujuan untuk mengontrol seluruh aktivitas yang ada dengan *progress* yang lebih cepat, maka dari itu penerapan ERP ini harus diperoleh dengan tiga modul utama, modul-modul tersebut adalah modul *financial*, akuntansi dan sumber daya manusia dari ketiga modul ini bergerak secara terpisah sehingga perusahaan tidak bingung ketika harus mengimplementasikan ketiga ini secara berlangsung. Penerapan sistem ERP ini juga sangatlah berguna bagi perusahaan karena mampu mengurangi beban-beban biaya karena adanya integrasi dan *monitoring* yang berkelanjutan, serta faktor lain dari penerapan sistem ERP pada PT Indofood adalah mampu menyesuaikan minat konsumen dengan tujuan

untuk mendapatkan tingkat yang lebih efisiensi dalam memaksimalkan hasil pendapatan.

Manfaat dari penerapan sistem ERP pada PT Indofood ini berguna untuk menjaga kualitas yang dihasilkan, agar kualitas terhadap barang yang telah jadi itu tetap terjaga dari masa ke masa supaya pembeli tetap merasa puas, sehingga inilah yang menjadi acuan mengapa sistem ERP ini banyak diterapkan oleh perusahaan-perusahaan besar, serta penerapan ERP ini juga mampu meminimalisir terhadap beban-beban yang dikeluarkan bagi sebuah perusahaan, biaya ini contohnya masuk kedalam biaya pengolahan *software* dan *hardware*.

Pembahasan terhadap hasil penelitian dan pengujian yang diperoleh disajikan dalam bentuk uraian teoritik, baik secara kualitatif maupun kuantitatif. Hasil percobaan sebaiknya ditampilkan dalam berupa grafik atau pun tabel. Untuk grafik dapat mengikuti format untuk diagram dan gambar.

#### **PENUTUP**

##### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian diatas dapat dikatakan bahwa, penerapan SCM pada PT Indofood telah diberlangsungkan. Penerapan SCM pada PT Indofood diberlangsungkan secara sistematis hingga prosedur akhir. Dapat kita lihat dari gambaran model di bab sebelumnya, saat memproduksi mie instan terlihat bahwa prosedur yang dijalankan sangat teratur dan sistematis hingga akhir di tangan konsumen. Penyebaran produk yang dilakukan oleh perusahaan dapat dikatakan berjalan dengan lancar, karena sebagian masyarakat Indonesia mengenal indomie yang diproduksi PT Indofood. Dengan begitu, PT Indofood juga telah berhasil memberikan kepuasan terhadap pelanggan. Kemudian penerapan sistem ERP dalam PT Indofood juga dapat membantu SCM yang ada, dikarenakan lebih efisien. Tidak hanya itu, Penerapan sistem ERP ini juga sangatlah berguna bagi perusahaan karena mampu

mengurangi beban-beban biaya karena adanya integrasi dan *monitoring* yang berkelanjutan. Dengan adanya penerapan ERP, PT Indofood juga mampu menyesuaikan minat konsumen untuk mendapatkan tingkat yang lebih efisiensi dalam memaksimalkan hasil pendapatan.

#### Saran

Untuk saran, memungkinkan PT Indofood untuk lebih meningkatkan lagi dalam menerapkan SCM dan ERP. Walau dari PT Indofood sendiri sudah menerapkan dalam memproduksi produknya, akan lebih baik untuk dikembangkan, agar pasar yang dapat dijangkau PT Indofood lebih besar lagi. Seperti yang kita ketahui, PT Indofood juga melakukan impor terhadap produknya yakni indomie. Indomie banyak digemari juga oleh masyarakat luar. Maka dari itu, tidak sedikit konsumen dari produk indomie ini dan ini juga akan membuat penerapan ERP dalam PT Indofood sangat diperlukan.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Ang, H. (2014). *Penerapan SCM pada PT INDOFOOD*.
- [2] Arianty, M. (2017). *Tujuan dan Peranan ERP dalam sebuah Perusahaan*. <https://fit.labs.telkomuniversity.ac.id/pengertian-manfaat-tujuan-dan-peran-erp-enterprise-resource-planning/>
- [3] Bahri. (2020). *Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Optimal Ketersediaan Produk*. <http://modernbahri.blogspot.com/2020/07/faktor-yang-mempengaruhi-tingkat.html>
- [4] Banyumasan, T. (2012). *Teori The importance level of product availability*. <https://manajemen.info/2012/05/19/menentukan-tingkat-ketersediaan-produk-optimal/>
- [5] CNBC Indonesia. (2022). *Peningkatan hasil ekspor indomie dan tabel ekspor indomie serta total pendapatan*. <https://www.cnbcindonesia.com/news/20220125060444-4-310096/ri-jadi-raja-mi-instan-di-dunia-begini-ceritanya>
- [6] Cut, D. (2022). *Angka Ekspor Mie instant pada tahun 2022*. <https://www.cnbcindonesia.com/news/20220125060444-4-310096/ri-jadi-raja-mi-instan-di-dunia-begini-ceritanya>
- [7] Daniel. (2022). *Pengertian Supply Chain Management*. <https://ekonomimanajemen.com/pengertian-supply-chain-management-menurut-para-ahli/>
- [8] Falah, nailul. (2017). *Penerapan sitem ERP pada PT Indofood*.
- [9] Hanifah. (2021a). *Biaya Overstocking*.
- [10] Hanifah. (2021b). *Tabel rasio Perputaran dan persediaan PT indofood*.
- [11] HKT, C. (2021). *the Level of Product Availability in a Supply Chain*. <https://phantran.net/the-importance-of-the-level-of-product-availability-in-a-supply-chain/>
- [12] Indo Produk. (2020). *Sejarah Perusahaan Indofood*. <https://produkindo.com/awal-mula-berdirinya-indofood/>
- [13] IPQI. (2020). *Proses Supply chain*. <https://ipqi.org/pengertian-supply-chain-management-manajemen-rantai-pasokan/>
- [14] Irene, T. (2021). *Tujuan dari Supply Chain*. <https://www.gramedia.com/literasi/supply-chain-management/>
- [15] Liko, S. A. (2019). *Struktur tabel penerapan Supply Chain pada PT Indofood*. <https://likoanas.wordpress.com/2019/11/26/penerapan-scm-erp-dan-crm-pada-pt-indofood-sukses-makmur-tbk/>
- [16] Meindl, P. & C. sunnil. (2016). *Teori Factors Affecting Optimal Level of Product Availability*.
- [17] Putrianti, S. (2013). *Pengertian ERP dan manfaat pada penerapan ERP*.

- 
- [18] Salmaa. (2018). *Pengertian Objek Penelitian*.  
<https://penerbitdeepublish.com/objek-penelitian/>
- [19] Setyorini, tantri. (2020). *jumlah varian pada indomie*.  
<https://m.merdeka.com/gaya/64-rasa-indomie-yang-pernah-beredar-di-pasaran-sudah-coba-semua.html>
- [20] Sucahyowati, H. (2011). *Manfaat dari Penerapan SCM*.
- [21] Sudrajat, D. (2017). *Teori ELECTRONIC SUPPLY CHAIN MANAGEMENT (E-SCM)*.  
<https://bbs.binus.ac.id/management/2017/04/electronic-supply-chain-management-e-scm/>
- [22] USM. (2019). *Metode Pengumpulan Data*.