

Evaluasi Kinerja Rantai Pasok Menggunakan Scor (*Supply Chain Operations Reference*) 11.0

Bimbing Dipongga Agamis^{*1}, Muhammad Andik Izzudin², Yusuf Amrozi³

[#] Jurusan Sistem Informasi, UIN Sunan Ampel Surabaya

¹ Ahmad Yani No.117, Jemur Wonosari, Kec. Wonocolo, Surabaya, Jawa Timur
e-mail: ^{*1}bimbing20@gmail.com, ²andik@uinsby.ac.id, ³yusuf.amrozi@uinsby.ac.id

Abstrak

Persaingan bisnis yang ketat membuat setiap perusahaan menyusun sebuah strategi baru untuk mengambil posisi terdepan dalam bersaing. Persaingan bisnis terletak pada bagaimana sebuah perusahaan bisa mengaplikasikan proses penciptaan produk juga jasanya yang lebih murah, lebih berkualitas dan lebih cepat dengan pesaing bisnis lainnya. Oleh karena itu diperlukan evaluasi dan pengukuran secara menyeluruh terhadap semua aspek yang berkaitan dengan kinerja perusahaan. Evaluasi kinerja rantai pasok pada CV. XYZ menggunakan model Supply Chain Operations Reference (SCOR 11.0). Aktifitas yang menentukan startegi industri yang berdasarkan atribut Reliability, Responsiveness, Cost dan Asset yang kemudian di ukur menggunakan matrik level 1, karena pengukuran standar kinerja proses menggunakan matrik level 1. Dengan perhitungan yang dilakukan dengan menggunakan model SCOR 11.0 pada CV. XYZ tahun 2019, maka diperoleh hasil dari POF (perfect order fullfilment) sebesar 89,33%, OFCT (order fullfilment cycle time) 20-21 hari , COGS (cash of good sold) sebesar 67,62%, SMC (supply chain management cost) sebesar 67,30%.

Kata kunci: Supply chain operations reference (SCOR), manajemen rantai pasok, evaluasi kinerja

Abstract

Intense business competition makes every company formulate a new strategy to take a leading position in the competition. Business competition lies in how a company can apply the process of creating products and services that are cheaper, higher quality and faster with other business competitors. Therefore, a thorough evaluation and measurement of all aspects related to the company's performance is required. Evaluation of supply chain performance at CV. XYZ uses the Supply Chain Operations Reference (SCOR 11.0) model. Activities that determine industrial strategies based on the attributes of Reliability, Responsiveness, Cost and Assets which are then measured using a level 1 matrix, because the measurement of process performance standards uses a level 1 matrix. With calculations carried out using the SCOR 11.0 model at CV. XYZ in 2019, the results obtained from POF (perfect order fullfilment) of 89,33%, OFCT (order fullfilment cycle time) 20-21 days, COGS (cash of good sold) of 67,62%, SMC (supply chain management cost) of 67,30%.

Keywords: Supply chain operations reference, supply chain management, evaluation measurement

1. PENDAHULUAN

Di era informasi yang berjalan dengan cepat persaingan bisnis yang ketat membuat setiap perusahaan menyusun sebuah strategi baru untuk mengambil posisi terdepan dalam bersaing. Persaingan bisnis terletak pada bagaimana sebuah perusahaan bisa mengaplikasikan proses penciptaan produk juga jasanya yang lebih murah, lebih berkualitas dan lebih cepat dengan pesaing bisnis lainnya. Persaingan bisnis tidak terjadi di salah satu bisnis saja melainkan semua yang memutuskan untuk berbisnis pasti merasakan persaingan yang ketat. Setiap perusahaan mempunyai strategi sendiri dalam melakukan pemasaran untuk keberhasilan usahanya. Bukan hanya mengukur kinerja karyawan tapi juga harus mengelola rantai pasokannya apakah dalam perencanaan barang, pengadaan barang sudah memenuhi atau belum. Pengadaan barang dan perencanaan barang dalam manajemen rantai pasok harus diperhatikan antara lain biaya, kapasitas penyediaan atau jumlah penyediaan dan lokasi.

Manajemen rantai pasok merupakan komponen yang harus ada dalam perusahaan, karena dengan adanya manajemen rantai pasok bisa mengetahui bagaimana proses yang sedang berjalan dalam sebuah perusahaan atau pelaku usaha dari pasokan, proses, distribusi hingga sampai di tangan konsumen[1]. Manajemen rantai pasok juga salah satu bagian penting untuk memperbaiki kompetisi perusahaan atau pelaku usaha serta mampu mengevaluasi kinerja perusahaan apakah sudah berjalan sesuai dengan tujuan atau sasaran untuk mencapai keefektifan dalam setiap aktifitas. Kolaborasi antara perusahaan dan pemasok sangat penting untuk keefektifan pasokan dan memberikan daya saing untuk kualitas produk yang tinggi, penyesuaian harga dan kecepatan respon untuk pasar. Umumnya perusahaan dalam persaingan bisnis menggunakan usaha garmen agar bisa melakukan banyak kuantitas untuk dijadikan pangsa pasar untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

Garmen adalah sebuah pabrik tekstil yang memproduksi banyak jenis pakaian dan dikerjakan oleh banyak karyawan. Sedangkan arti konveksi adalah usaha yang bergerak pada bidang pembuatan banyak jenis pakaian (barang mentah menjadi produk jadi) dalam skala kecil dari segi sumber daya manusia dan peralatannya juga terbatas. Usaha konveksi biasanya memproduksi barang jika ada pemesanan saja, tidak menggunakan sistem stok barang dalam jumlah besar untuk diperjual belikan. CV. XYZ merupakan *startup* yang bergerak di industri garmen berdiri pada tahun 2014, namun beroperasi pada tahun 2018. Meskipun baru beroperasi, CV. XYZ mempunyai skala penjualan yang besar. Kasus ini diambil pada tahun 2019 untuk melakukan evaluasi lebih lanjut terhadap performa CV. XYZ. Karena pada tahun 2018 belum ada laporan data yang detail untuk kebutuhan penelitian.

Untuk mengetahui performansi rantai pasok perusahaan, diperlukan suatu pengukuran menggunakan metode *supply chain operations reference* (SCOR). Metode SCOR digunakan peneliti terdahulu dengan judul “Evaluasi pengelolaan kinerja rantai pasok dengan pendekatan SCOR Model pada Swalayan Asiamart Lhokseumawe”[2]. Metode SCOR bisa dikombinasi dengan metode VCA untuk mengetahui nilai komitmen kepercayaan pelanggan, *lead time supply chain* dan *benefit cost ratio*[3]. SCOR secara umum memiliki fungsi untuk menyajikan kerangka proses bisnis, indikator kerja, serta mendukung kolaborasi antar mitra, sehingga dapat meningkatkan efektivitas manajemen dan penyempurnaan rantai pasok pada perusahaan. Metode SCOR kombinasi dengan AHP juga efektif dalam melakukan evaluasi pengukuran rantai pasok[4]. Untuk mengatasi permasalahan yang ada, peneliti hanya berfokus pada permasalahan yang ada dengan menggunakan SCOR 11.0, dimana pembuatan sistem pengukuran kinerja yang berbasis kepada SCM bertujuan untuk mengendalikan dan melakukan evaluasi terhadap kinerja secara berkesinambungan untuk menciptakan keunggulan dalam bersaing. Langkah-langkah yang dilakukan dalam penelitian yang menggunakan metode SCOR, kedua mengkategorikan tingkatan indikator kinerja SCM ini dibandingkan dengan pesaing. Selain itu perusahaan mampu mengetahui letak kelemahan dalam persaingan industri. Dalam kasus ini evaluasi

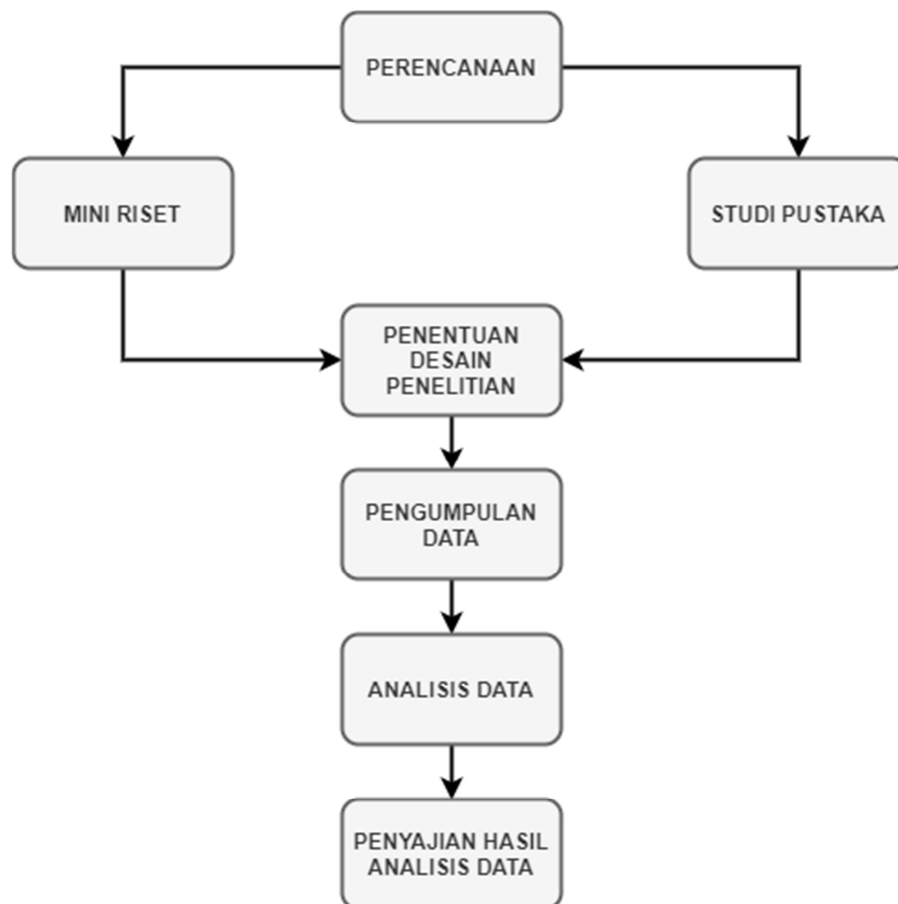
dilakukan dengan perhitungan *perfect order fulfillment*(POF) jumlah pesanan sempurna, *order fulfillment cycle-time*(OFCT) jumlah hari yang dibutuhkan produksi, *supply chain management cost* (SCMC) semua biaya perusahaan langsung maupun tidak langsung, *cost of good sold* (COGS) semua biaya langsung dan tidak langsung yang menyangkut proses produksi dan *cash-to-cash cycle time* (CTCCT) kecepatan perusahaan memutar keuangan.

2. METODE PENELITIAN

Metodologi sangat berpengaruh penting terhadap data yang di kaji dalam penelitian, dari gambaran mengenai bagaimana cara yang dilakukan peneliti dengan terstruktur.

2.1 Tahapan Penelitian

Tahap penelitian dilakukan untuk mengetahui alur dalam memperoleh data dari suatu kasus yang terjadi dalam lapangan. Dalam tahap penelitian juga disebuttingkatan penelitian, dimana setiap kejadian atau aktifitas yang dilakukan secara terstruktur, runtut dan sistematis agar mendapatkan hasil yang maksimal dalam penelitian. Alur penelitian di paparkan pada *flowchart* penelitian pada Gambar 1 berikut.



Gambar 1. Flowchart Penelitian

Berdasarkan gambar tahap penelitian, yang dimulai dari merencanakan bagaimana situasi objek penelitian dilakukan mini-riset mencakup observasi dan melakukan wawancara, setelah melakukan observasi kemudian peneliti melakukan wawancara kepada narasumber untuk bahan data informasi penelitian CV. XYZ. Pada tahap bersamaan peneliti melakukan studi pustaka guna mencari informasi dari buku tahunan dan jurnal terdahulu untuk dijadikan referensi penelitian. Peneliti menentukan desain penelitian terkait data yang didapat untuk dijadikan *output* penelitian. kemudian peneliti menganalisa dan mengolah data, olah data dimaksudkan untuk memenuhi hasil evaluasi sesuai yang disampaikan dari penggambaran fakta untuk dijadikan tujuan akhir.

2. 2 Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan mini riset. Mini riset meliputi wawancara dan observasi, wawancara merupakan tanya jawab yang melibatkan lebih dari satu pihak untuk mendapat informasi yaitu, pendapat atau informasi tentang suatu hal yang ingin ditentukan dan wawancara melibatkan owner karena owner mengetahui semua sumber data. Wawancara ialah pertemuan yang dilaksanakan oleh pewawancara dan narasumber untuk bertukar ide dengan cara konsultasi, kemudian dapat disimpulkan menjadi sebuah informasi atau makna dalam pembahasan[5]. Data yang ingin diperoleh melalui wawancara adalah permasalahan dari awal berkembang sampai saat ini yang menjadi pasang surut bisnis dan juga terkait dengan aktifitas perusahaan yang diterapkan. Sedangkan observasi menggambarkan teknik akumulasi data yang dilakukan dengan pengamatan secara langsung ke objek penelitian untuk melihat aktivitas yang dilakukan agar memperoleh data atau informasi yang dibutuhkan. Observasi merupakan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap unsur-unsur yang terlihat dalam aktivitas pada objek penelitian[6].

Adapun informasi yang ingin diperoleh melalui observasi adalah pemesanan barang, pegawai perusahaan, stok barang, penjualan barang serta profil perusahaan CV. XYZ.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Laporan Tahunan Perusahaan Tahun 2019

Laporan tahunan digunakan untuk mengetahui perkembangan yang berhasil diraih sebuah perusahaan sepanjang tahun bersama dengan analisis manajemen atas posisi keuangan, laporan tahunan juga digunakan untuk perhitungan yang dibutuhkan dalam metode SCOR 11.0. *Supply Chain Operations Reference (SCOR)* adalah rantai suplai, diaplikasikan berbagai situasi dalam menyusun, merumuskan, membentuk dan merancang ulang berbagai jenis kegiatan bisnis yang *profitable*[7]. Laporan tahunan pada CV. XYZ yang akan dibahas meliputi pembuatan produk dan sisa stok, penjualan dan pengembalian produk bermasalah. Karena ada beberapa data yang tidak bisa diambil, maka pada laporan tahunan tidak disebutkan hutang dan piutang perusahaan karena bersifat privasi dan tidak dicantumkan pada penelitian ini.

Tabel 1. Pembuatan dan Stock

Bulan	Pembuatan Produk (pcs)	Stok Produk (pcs)
Januari	4897	600
Februari	5100	410
Maret	4638	595
April	3547	2000
Mei	6379	1000
Juni	2452	420

Bulan	Pembuatan Produk (pcs)	Stok Produk (pcs)
Juli	3786	300
Agustus	8763	490
September	2537	380
Oktober	2746	300
November	3163	390
Desember	2989	2500

Pada Tabel 1 merupakan hasil pembuatan dan juga stok produk di CV. XYZ untuk memenuhi pesanan pelanggan. Stok produk merupakan produk yang disimpan untuk keperluan penjualan yang akan datang dan digunakan untuk persiapan produk yang bermasalah kepada pelanggan.

Tabel 2. Penjualan dan Produk Bermasalah

Bulan	Penjualan Produk (Rp)	Produk Bermasalah (pcs)
Januari	Rp. 171.395.000	573
Februari	Rp. 178.500.000	370
Maret	Rp. 162.330.000	475
April	Rp. 124.145.000	388
Mei	Rp. 223.265.000	871
Juni	Rp. 85.820.000	247
Juli	Rp. 132.510.000	336
Agustus	Rp. 306.705.000	973
September	Rp. 88.795.000	424
Oktober	Rp. 96.110.000	353
November	Rp. 110.705.000	265
Desember	Rp. 104.615.000	167

Pada Tabel 2 Penjualan dan Produk Bermasalah membahas penjualan produk dan pengembalian produk bermasalah pada CV. XYZ. Jika ada produk bermasalah terhadap konsumen CV. XYZ sudah menyiapkan stok produk terhadap pengembalian. Dibuat tabel penjualan dan pengembalian produk bermasalah dengan tujuan merekam *customer blacklist* artinya meminimalisir terjadinya penjualan ke *customer* yang salah dan untuk mengetahui kinerja produksi juga *quality control*.

3.2 Perhitungan POF (Perfect Order Fulfilment)

SCOR memiliki indikator kinerja yaitu pemenuhan pesanan sempurna[8]. Parameter indikator salah satunya diukur menggunakan POF (*Perfect Order Fulfillment*). POF merupakan ersentase pesanan terkirim lengkap pada waktunya dengan permintaan pelanggan dan barang yang dikirim tak bermasalah dengan mutu[9]. Pada Tabel 3. merupakan hasil yang diperoleh dari data pemesanan kepada pelanggan pada tahun 2019, mulai dari pesanan sempurna dan pesanan yang bermasalah. Pesanan sempurna didapatkan dari perhitungan total pesanan setiap bulan yang dikurangi dengan pesanan bermasalah setiap bulan. Dengan data pesanan sempurna dan pesanan yang bermasalah nantinya akan dijadikan kesimpulan hasil perhitungan POF.

Tabel 3. POF (Perfect Order Fullfilment)

Bulan	Total Pesanan	Pesanan Bermasalah	Pesanan Sempurna	POF
Januari	4897	573	4324	88,30%
Februari	5100	370	4730	92,75%
Maret	4638	475	4163	89,76%
April	3547	388	3159	89,06%
Mei	6379	871	5508	86,35%
Juni	2452	247	2205	89,93%
Juli	3786	336	3450	91,13%
Agustus	8763	973	7790	88,29%
September	2537	424	2113	83,29%
Oktober	2746	353	2393	87,14%
November	3163	265	2898	91,62%
Desember	2989	167	2822	94,41%
Total keseluruhan POF 1072,3%				

Berdasarkan Tabel 3. menunjukkan bahwa pesanan sempurna di dapat dari hasil perhitungan jumlah pesanan di setiap bulan yang dikurangi dengan pesanan yang bermasalah. Berikut adalah perhitungan POF di setiap bulannya, contoh diambil pada bulan Januari:

$$POF = \frac{4324(\text{pesanan yang sempurna})}{4897(\text{total pesanan})} \times 100 = 88,30\% \quad (1)$$

Pada Rumus (1) untuk menghitung POF setiap bulan, sedangkan untuk menghitung rata-rata POF dalam satu tahun dengan cara menjumlahkan setiap persentase POF di setiap bulan kemudian dibagi dengan banyaknya bulan, berikut cara menghitung keseluruhan POF di tahun 2019:

$$\text{rata - rata POF} = \frac{\text{total keseluruhan POF}(1072,3)}{12(\text{bulan})} \quad (2)$$

Pada Tabel 3. menunjukkan persentase pemenuhan pesanan pelanggan CV.XYZ setiap bulannya pada tahun 2019. Untuk rata-rata persentase pemenuhan pesanan pada pelanggan telah mencapai angka 89,33% dalam setahun dari perhitungan total keseluruhan POF yang didapat selama 2019 kemudian dibagi dengan banyaknya bulan. persentase yang di dapatkan CV. XYZ cukup bagus karena pada alur proses kinerja selalu melakukan *quality control* terhadap pengecekan produk yang akan dibuat maupun yang dikirim. Dengan kesempurnaan persentase yang didapatkan pada perusahaan, maka perusahaan cukup baik dalam menerapkan pemenuhan kebutuhan pelanggan pada setiap bulannya dan perusahaan mampu melaksanakan pekerjaan sesuai dengan yang diharapkan pelanggan dengan jumlah total pesanan sempurna yang baik.

3.3 Perhitungan OFCT (Order Fullfilment Cycle Time)

Pada Tabel 4 menunjukkan jumlah waktu atau lamanya waktu yang diperlukan dalam proses pemenuhan pesanan pelanggan, mulai dari proses penyiapan, proses pembuatan (produksi) hingga proses pengiriman kepada pelanggan[10]. Pada proses pengadaan barang dari distributor terkadang banyak mengalami ketelatan, oleh karena itu akan berdampak pada proses stok produk.

Tabel 4. OFCT (Order Fullfilment Cycle Time)

Bulan	Penyiapan (Hari)	Membuat (Hari)	Mengirim dan Pengemasan (Hari)	Jumlah (Hari)
Januari	4	11	5	20
Februari	4	12	6	22
Maret	4	11	5	20
April	4	9	3	16
Mei	4	12	4	20
Juni	11	10	4	25
Juli	11	10	4	25
Agustus	4	14	4	22
September	11	9	6	26
Oktober	4	9	8	21
November	11	10	4	24
Desember	4	7	3	14
Jumlah keseluruhan hari = 255 hari				

Pada Tabel 4 menunjukkan waktu pengiriman perusahaan dalam setiap bulan, mulai penyiapan bahan baku, kemudian waktu produksi perusahaan untuk menghasilkan barang jadi dan waktu pengiriman barang terharap pelanggan. Ketelatan pengadaan barang terjadi pada bulan juni, juli, september dan november. Untuk pembuatan produk paling lama terjadi pada bulan Agustus, dikarenakan pada bulan agustus terjadi peningkatan penjualan dan stok produk sangat minim dari bulan sebelumnya. Dan proses pengiriman paling lama terjadi pada bulan oktober karena pekerja dalam proses pengemasan kekurangan bahan kemasan. Semua proses pembuatan di lakukan paling lama 14 hari, proses pengadaan paling lama 11 hari dan proses kirim paling lama 8 hari. Dari data tabel diatas masih ada kekosongan hari bagi pekerja. Jadi, perusahaan memanfaatkan kekosongan hari untuk melakukan aktivitas stok barang guna menyiapkan pesanan yang akan datang. Untuk rumus OFCT yang digunakan untuk mengitung rata-rata hari sebagai berikut:

$$OFCT = \frac{\text{jumlah keseluruhan}(255 \text{ hari})}{12 \text{ (bulan)}} = 21 \text{ hari (3)}$$

Dari hasil data yang diolah dari Tabel 3.3.1 dengan total keseluruhan hari yang di lakukan oleh perusahaan pada waktu penyiapan, pembuatan dan pengiriman terhitung rata-rata 20-21 hari per bulan. Maka rata-rata pekerja produksi melakukan stok barang sekitar 8-9 hari kerja dalam satu bulan. Perusahaan harus memperhatikan waktu dalam penyiapan, pembuatan (produksi) sampai pengiriman barang kepada konsumen, dimaksudkan untuk meminimalisir terjadinya keterlambatan pemenuhan kebutuhan pelanggan yang sering terjadi.

3.4 Perhitungan COGS (Cost Of Good Sold)

Pada Tabel 5. merupakan biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan dalam membuat sebuah produk atau biaya yang berhubungan dengan proses produksi. Pada Tabel 3.4.1 menjelaskan pengeluaran biaya langsung dan tidak langsung disetiap bulannya untuk mengetahui seberapa besar biaya yang dikeluarkan dalam tahun 2019.

Tabel 5. COGS (Cost Of Good Sold)

Bulan	Biaya Pembelian	Biaya Pekerja	Biaya Tidak Langsung	Jumlah
Januari	Rp. 46.678.780	Rp. 5.567.000	Rp. 1.589.650	Rp. 53.835.430
Februari	Rp. 43.567.800	Rp. 10.017.850	Rp. 1.698.500	Rp. 55.284.150
Maret	Rp. 41.865.900	Rp. 10.576.850	Rp. 1.556.900	Rp. 53.999.650
April	Rp. 47.567.000	Rp. 9.098.700	Rp. 1.575.800	Rp. 58.241.500
Mei	Rp. 27.786.500	Rp. 8.897.900	Rp. 1.368.700	Rp. 38.053.100
Juni	Rp. 22.780.900	Rp. 8.290.070	Rp. 1.166.800	Rp. 32.237.770
Juli	Rp. 27.789.666	Rp. 6.789.500	Rp. 1.297.000	Rp. 35.876.166
Agustus	Rp. 58.065.900	Rp. 8.398.000	Rp. 1.376.890	Rp. 67.840.790
September	Rp. 26.789.600	Rp. 9.765.000	Rp. 1.174.650	Rp. 37.729.250
Oktober	Rp. 25.367.800	Rp. 8.654.900	Rp. 1.159.088	Rp. 35.181.788
November	Rp. 39.388.700	Rp. 8.762.530	Rp. 1.264.900	Rp. 49.416.130
Desember	Rp. 48.900.760	Rp. 9.936.400	Rp. 1.373.000	Rp. 60.210.160
Total Keseluruhan			Rp. 577.905.884	
Persentase didapatkandari penjualan 67,62%				

Pada Tabel 5. menunjukkan bahwa *cost of good sold* yang dikeluarkan oleh perusahaan pada tahun 2019 pada setiap bulannya berbeda-beda. Hal ini disebabkan oleh perbedaan biaya pembelian bahan baku untuk membuat produk, pasang surut produksi dan juga pengiriman produk kepada pelanggan. Untuk perhitungan COGS data pada Tabel 3.4.1 dengan rumus berikut:

$$COGS = \text{biaya pembelian (Rp)} + \text{biaya pekerja(Rp)} + \text{biaya tidak langsung(Rp)} \quad (4)$$

Sedangkan untuk menghitung keseluruhan biaya yang keluar pada tahun 2019 adalah dengan cara menjumlahkan seluruh biaya yang terjadi dari bulan januari sampai desember pada Tabel 3.4.1, Pengeluaran terbanyak perusahaan terjadi pada bulan Agustus Rp.67.840.790, dikarenakan biaya pembelian sangat tinggi untuk memenuhi pesanan dengan jumlah banyak. Dan pengeluaran terendah pada perusahaan terjadi pada bulan juni Rp.32.237.770, hal ini dikarenakan pada biaya pembelian juga biaya pengiriman cukup rendah dan pesanan yang sedikit. Dari perhitungan data yang telah dirumuskan, maka total keseluruhan biaya langsung dan tidak langsung dari perusahaan pada tahun 2019 sebesar Rp.577.905.884 (total dari jumlah setiap bulan). Perhitungan persentase COGS merupakan hasil dari rumus.

$$\text{persentase COGS} = \frac{(\text{hasil penjualan Rp. 1.784.895.000}) - (\text{COGS Rp. 577.905.884})}{\text{hasil penjualan Rp. 1.784.895.000}} \times 100 \quad (5)$$

Dari perhitungan tersebut, hasil persentase COGS yang didapatkan sebesar 67,62%. Dengan biaya yang dikeluarkan perusahaan harus paham dengan keuntungan penjualan, jika hasil keuntungan penjualan lebih kecil dibandingkan dengan biaya pengeluaran maka perusahaan belum efektif melakukan kinerja, sebaliknya jika penjualan mampu mendapatkan hasil sesuai dengan keinginan persentase yang telah menjadi target, maka perusahaan dikatakan mampu mengelola dengan baik.

3.5 Perhitungan SCMC (Supply Chain Management Cost)

Biaya dalam perhitungan SCMC melibatkan biaya yang langsung seperti biaya pengiriman, biaya pembelian bahan baku, biaya pekerja (produksi) dan biaya tidak langsung. Berbeda dengan arti COGS, COGS mengacu pada biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk biaya produksi. Pada Tabel 6. memaparkan biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan.

Tabel 6. SCMC (Supply Chain Management Cost)

Bulan	Biaya Pembelian	Biaya Pekerja	Biaya Pengiriman	Biaya Tidak Langsung	Jumlah
Januari	Rp. 46.678.780	Rp. 5.567.000	Rp. 589.700	Rp. 1.589.650	Rp. 54.425.130
Februari	Rp. 43.567.800	Rp. 10.017.850	Rp. 497.500	Rp. 1.698.500	Rp. 55.781.650
Maret	Rp. 41.865.900	Rp. 10.576.850	Rp. 578.900	Rp. 1.556.900	Rp. 54.578.550
April	Rp. 47.567.000	Rp. 9.098.700	Rp. 568.700	Rp. 1.575.800	Rp. 58.810.200
Mei	Rp. 27.786.500	Rp. 8.897.900	Rp. 385.000	Rp. 1.368.700	Rp. 38.438.100
Juni	Rp. 22.780.900	Rp. 8.290.070	Rp. 335.700	Rp. 1.166.800	Rp. 32.573.470
Juli	Rp. 27.789.666	Rp. 6.789.500	Rp. 453.500	Rp. 1.297.000	Rp. 36.329.666
Agustus	Rp. 58.065.900	Rp. 8.398.000	Rp. 453.200	Rp. 1.376.890	Rp. 68.293.990
September	Rp. 26.789.600	Rp. 9.765.000	Rp. 498.900	Rp. 1.174.650	Rp. 38.228.150
Oktober	Rp. 25.367.800	Rp. 8.654.900	Rp. 457.489	Rp. 1.159.088	Rp. 35.639.277
November	Rp. 39.388.700	Rp. 8.762.530	Rp. 473.800	Rp. 1.264.900	Rp. 49.889.930
Desember	Rp. 48.900.760	Rp. 9.936.400	Rp. 425.900	Rp. 1.373.000	Rp. 60.636.060
Total keseluruhan biaya dari setiap bulan Rp. 583.624.173					
Persentase didapatkan dari penjualan 67,30%					

Pengeluaran tertinggi biaya langsung pada Tabel 6. terjadi pada bulan Agustus Rp.68.293.990. dikarenakan biaya pembelian dan pemesanan yang tinggi dibandingkan dengan bulan lainnya dan pengeluaran terendah biaya langsung terjadi pada bulan juni Rp.32.573.470 hal ini dikarenakan dari biaya pembelian, biaya pengiriman dan pemesanan cukup rendah sehingga pengeluaran pada bulan juni cukup sedikit dibandingkan dengan bulan lainnya.

Dari data diatas berikut rumus untuk menghitung SCMC tahun 2019 pada perusahaan CV.XYZ:

$$SCMC = \text{biaya pembelian}(\text{source}) + \text{biaya pekerja}(\text{make}) + \text{biaya pengiriman}(\text{deliver}) + \text{Biaya tidak langsung}(\text{overhead}) \quad (6)$$

Dari perhitungan data yang di paparkan pada Tabel 3.5.1 total keseluruhan biaya pada tahun 2019 pada CV.XYZ sebesar Rp.583.624.173. SCMC dilakukan untuk memprediksi atau memperkirakan biaya yang terjadi pada tahun selanjutnya, oleh karena itu perusahaan harus memperhatikan siklus biaya yang terjadi setiap bulannya agar terkelola dengan maksimal. Untuk menghitung persentase SCMC dengan rumus berikut:

$$\text{persentase SCMC} = \frac{(\text{hasil penjualan Rp.1.784.895.000}) - (\text{SCMC Rp.583.624.173})}{\text{hasil penjualan Rp.1.784.895.000}} \times 100 \quad (7)$$

Dari perhitungan persentase SCMC hasil yang didapatkan sebesar 67,30%. Hal ini dimaksudkan untuk mengetahui nilai keuntungan pada tahun 2019 dan perusahaan bisa mengevaluasi kinerja pada waktu yang mendatang agar perusahaan paham letak ketidakefektifan proses pengelolaan dan perusahaan ingin menambah jumlah pekerja produksi untuk skala penjualan yang lebih besar pada periode selanjutnya.

3.6 Cash To Cash Cycle Time (CTCCT)

Dalam rantai pasok mengukur waktu pasokan sangat diperlukan untuk mengetahui seberapa cepat mengubah persediaan barang menjadi sebuah keuntungan CTCCT biasanya juga disebut dengan *cash conversion cycle* (CCC). Ada 3 komponen CTCCT yang ada pada untuk mengevaluasi kinerja perputaran siklus uang yang digunakan yaitu:

1. *Account Payable*, lamanya waktu CV.XYZ melunasi hutang-hutang kepada distributor.
2. *Account Receivable*, lamanya waktu yang diberikan CV. XYZ kepada pelanggan atau konsumen yang melakukan hutang pada CV.XYZ untuk melakukan pembayaran.
3. *Days of Inventory*, Jumlah hari suplai persediaan produk.

Tabel 7. CTCCT (Cash To Cash Cycle Time)

Bulan	Days of Inventory (hari)	Account Payable (hari)	Account Receivable(hari)
-	20	14	14

Tabel 7. menyebutkan bulan pada tahun 2019 dalam melakukan *cash to cash cycle time*. Maka dari itu dalam Tabel 3.6.1 disebutkan hanya ilustrasi jika perusahaan melakukan hutang piutang kepada pelanggan maupun pemasok.

CV. XYZ melakukan pembelian bahan baku kepada pemasok dan memiliki term pembayaran sekitar 14 hari (*account payable*). Artinya perusahaan memiliki waktu 14 hari untuk melakukan penjualan sebelum membayar kepada pemasok. Sedangkan perusahaan memiliki pelanggan juga memiliki term pembayaran selama 14 hari, artinya pelanggan mempunyai waktu pembayaran terhadap CV. XYZ selama 14 hari sejak produk kaos diterima (*account receivable*). Dan produk sebanyak 4000 pcs terjual selama 20 hari (*days of inventory*) maka dengan data yang di ilustrasikan maka rumus yang digunakan untuk menghitung CTCCT adalah:

$$CTCCT = \text{Days of Inventory (20)} + \text{Account Payable (14)} - \text{Account Receivable (14)} = 20 \text{ hari} \quad (8)$$

Jadi, untuk hasil ilustrasi yang dijelaskan dari perhitungan CTCCT adalah $20 + 14 - 14 = 20$ hari. Hasil ilustrasi ini bertujuan untuk memberikan gambaran cara untuk menghitung siklus kas. Dengan perhitungan yang di ilustrasikan oleh peneliti pada CV. XYZ, tidak menyebutkan siklus kas yang terjadi, dengan alasan menyangkut hutang dan piutang, karena hal ini bersifat privasi berbeda dengan hasil penjualan dan pengeluaran biaya yang dilakukan.

3.7 Performa Kinerja Berdasarkan SCORcards

SCORcards digunakan untuk mengetahui bagian-bagian yang perlu perhatian atau digunakan untuk mengidentifikasi berbagai fungsi, agar dapat memaksimalkan performa kinerja bisnis internal maupun bisnis eksternal pada perusahaan. Perusahaan juga mempunyai target pada tahun 2019.

Tabel 8. Target Perusahaan

Atribut	Target	Keterangan
Kecepatan pemenuhan pesanan (OFCT)	16 hari	Perusahaan mempunyai target 16 hari dalam pemenuhan pesanan. Lebih dari 16 hari artinya perusahaan melakukan ketelatan.
Pengelolaan biaya produksi terhadap biaya pengeluaran (COGS)	70%	Perusahaan mempunyai target pengeluaran biaya produksi dari total penjualan sebesar 70%.
Pengelolaan biaya keseluruhan	65%	Perusahaan mempunyai target 65% biaya

Atribut	Target	Keterangan
terhadap keseluruhan biaya (SCMC)		keseluruhan dari total penjualan.
Kualitas produk pesanan (POF)	100%	Perusahaan mempunyai target 100% kualitas produk pesanan.

Data target pada Tabel 8 didapat dari narasumber ketika melakukan wawancara, kemudian data diolah oleh peneliti untuk mengetahui bagian-bagian target yang perlu diperhatikan dalam memperbaiki kinerja dan untuk mengukur tingkat keberhasilan suatu program, termasuk metode yang dipakai, penggunaan sarana, dan pencapaian tujuan

Berikut hasil perhitungan yang didapatkan pada tahun 2019 meliputi target yang diinginkan CV. XYZ dan data aktual yang sudah dilakukan pengukuran dengan metode SCOR:

Tabel 9. Performa Kinerja Berdasarkan SCORcards

Atribut Kinerja	Pengukuran	Target	Data Aktual	Hasil
<i>Reliability</i>	<i>Perfect order fulfillment (POF)</i>	100%	89,33%	10,67%
<i>Responsiveness</i>	<i>Order fulfillment cycle time (OFCT)</i>	16 Hari	20-21 Hari	4-5 hari
<i>Cost</i>	<i>Supply chain management cost (SCMC)</i>	65%	67,30%	2,3%
	<i>Cost of good sold (COGS)</i>	70%	67,62 %	2,38%
<i>Asset</i>	<i>Cash to cash cycle time (CTCCT)</i>	14 Hari	20 Hari	6 hari

4. KESIMPULAN

Perfect order fulfillment data aktual yang didapatkan sebesar 89,33% sedangkan target perusahaan sebesar 100%, artinya perusahaan harus memperbaiki performa kinerja sebesar 10,67% agar hasil yang didapatkan mencapai target yang diinginkan.

Order fulfillment cycle time data aktual yang didapatkan 20-21 hari, sedangkan perusahaan menginginkan target 16 hari, artinya perusahaan mengalami ketelatan rata-rata 4-5 hari, hal ini juga disebabkan dari beberapa ketelatan dalam melakukan pengadaan bahan dan minimnya pekerja pada tahun 2019.

Cost of good sold pada data aktual disebutkan sebesar 67,62% , sedangkan target perusahaan sebesar 70%, artinya perusahaan perlu memperbaiki 2,38% untuk mencapai target yang diinginkan, hal ini bertujuan untuk menyiapkan terkait terjadinya biaya overhead yang berhubungan dengan proses produksi.

Supply chain management cost data aktual yang didapatkan sebesar 67,30%, sedangkan target perusahaan 65%, artinya perusahaan sudah melebihi 2,3% dari target yang diinginkan terkait biaya yang dikeluarkan, persentase yang didapatkan bertujuan untuk menambah skala produksi yang lebih besar.

Yang di dapatkan untuk hasil *cash to cash cycle time* pada penelitian ini tidak disebutkan oleh perusahaan dikarenakan hal yang ada sangkut paut dengan hutang dan piutang pada perusahaan sangat rahasia, oleh karena itu peneliti memberikan ilustrasi untuk perhitungan CTCCT.

5. SARAN

Berdasarkan hasil analisis data yang didapat, metode SCOR 11.0 sangat efektif menghitung persentase biaya pada sebuah perusahaan. Jadi untuk penelitian selanjutnya tidak harus mengkombinasi dengan metode lain untuk menginginkan hasil penelitian yang berhubungan dengan biaya maupun aset perusahaan. Dikarenakan penelitian ini hanya berfokus pada 1 metode maka penelitian selanjutnya bisa mengkombinasi dengan metode lain.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada CV.XYZ yang berkenan terlibat terhadap penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] G. Maritim, "20 'Gema Maritim' Vol 13 No. 1 Pebruari 2011," Vol. 13, No. 1, pp. 20–28, 2011.
- [2] Muhammad, Amri, and C. Yuslidar, "Evaluasi Pengelolaan Kinerja Rantai Pasok Dengan Pendekatan Scor Model pada Swalayan Asiamart Lhokseumawe," *Ind. Eng. J. Vo*, Vol. 1, No. 1, pp. 44–51, 2014.
- [3] I. P. Wulandari and W. L. Setyaningsih, "Implementasi Metode SCOR 11 . 0 dalam Pengukuran," *Sist. J. Sist. Inf.*, Vol. 10, No. 1, pp. 106–121, 2021.
- [4] R. R. Chotimah, B. Purwanggono, and A. Susanty, "Pengukuran Kinerja Rantai Pasok Menggunakan Metode SCOR dan AHP pada Unit Pengantongan Pupuk Urea PT. Dwimatama Multikarsa Semarang," *Ind. Eng. Online J.*, Vol. 6, No. 4, pp. 1–8, 2017.
- [5] R. Astari, *Manajemen Pengelolaan Inventarisasi Program Pasca Sarjana Universitas Negeri Semarang*. 2013.
- [6] P. T. Elektro *et al.*, "Pengembangan Media Pembelajaran Multimedia Interaktif Berbantuan Software Lectora Inspire Untuk Meningkatkan Hasil Belajar pada Mata Pelajaran Teknik Listrik di SMK Negeri 2 Surabaya Mega Astutik Puput Wanarti Rusimamto," pp. 107–114, 2013.
- [7] U. N. I. War, M. Metode, S. dan, and F. Ahp, "Spektrum Industri," Vol. 17, No. 2, pp. 119–132, 2019.
- [8] M. Nur Sholeh and F. Suwanto, "Perfect Order Fulfillment in Construction Supply Chain Performance," *E3S Web Conf.*, Vol. 202, 2020, doi: 10.1051/e3sconf/202020213001.
- [9] A. Mutakin, "Pengukuran Kinerja Manajemen Rantai Pasokan Dengan SCOR Model 9.0 (Studi Kasus di PT Indocement Tunggal Prakarsa Tbk)," *J. Manaj. dan Organ.*, Vol. 2, No. 3, pp. 89–103, 2011.

- [10] V. Auliyasari, “*Analisis Pengukuran Kinerja Rantai Pasok Produk Piyama Anak Menggunakan Metode Supply Chain Operation Reference (SCOR) di TJ Collection Bandung,*” pp. 723–727.