

PERAN *SUPPLIER RELATIONSHIP MANAGEMENT* (SRM) PADA PEMASOK DI PT. KRAKATAU PIPE INDUSTRIES

* **Khaila Priwisastra Fitriansyach¹, Solehatin Ika Putri², Lina Affifatusholihah³**

¹²³Prodi D3 Manajemen Pemasaran, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, Serang

[*khailapriwisastrafitriansyach@email.com](mailto:khailapriwisastrafitriansyach@email.com)

Informasi Artikel

Draft awal: 3 Oktober 2024
Revisi : 8 Oktober 2024
Diterima : 18 Oktober 2024
Available online: 20 Oktober 2024

Keywords: *supplier; supplier relationship management.*

Tipe Artikel : Research paper



Diterbitkan oleh Prodi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah
Surabaya

ABSTRACT

The purpose of this article is to find out the implementation of Supplier Relationship Management and the obstacles in maintaining relationships with suppliers at PT. Krakatau Pipe Industries. The method used is descriptive through observation, interviews and documentation as data collection. Results in this final project is the implementation of Supplier Relationship Management which is carried out by PT Krakatau Pipe Industries through four activities, The first activity is identifying key suppliers based on strategic criteria such as product quality, on- time delivery, competitive pricing, and flexibility in facing market changes. facing market changes. In the second activity, information sharing the company's interaction with business partners to share information and strategies together. The third activity is decision synchronization with selected suppliers for strategic discussions such as delivery schedules and raw material procurement. delivery schedules and raw material procurement help reduce conflicts and increase operational efficiency. Improve operational efficiency. Furthermore, the fourth activity is conducting supplier evaluation on a regular basis to ensure quality and service standards are met. The results are used to improve or replace unsuitable suppliers. As for the obstacles in maintaining relationships with suppliers is related to constraints in internet access for small suppliers. internet access for small suppliers.

Tujuan artikel ini untuk mengetahui penerapan *Supplier Relationship Management* dan hambatan dalam menjaga hubungan dengan pemasok di PT. Krakatau *Pipe Industries*. Metode yang digunakan yaitu deskriptif. Hasil penelitian ini adalah penerapan *Supplier Relationship Management* yang dilakukan PT. Krakatau *Pipe Industries* melalui empat aktivitas, yaitu; pada aktivitas pertama melakukan *identifying key suppliers* berdasarkan kriteria strategis seperti kualitas produk, ketepatan waktu pengiriman, harga kompetitif, dan fleksibilitas dalam menghadapi perubahan pasar. Pada aktivitas kedua melakukan *information sharing* interaksi perusahaan dengan mitra bisnis untuk berbagi informasi dan menyusun strategi bersama. Aktivitas ketiga yaitu melakukan *decision synchronization* dengan pemasok terpilih untuk diskusi strategis seperti jadwal pengiriman dan pengadaan bahan baku membantu mengurangi konflik dan meningkatkan efisiensi operasional. Selanjutnya aktivitas keempat melakukan *supplier evaluation* secara rutin memastikan standar kualitas dan layanan terpenuhi hasilnya digunakan untuk memperbaiki atau mengganti pemasok yang tidak sesuai. Adapun hambatan dalam menjaga hubungan dengan pemasok yaitu terkait dengan kendala dalam akses internet bagi pemasok kecil

PENDAHULUAN

Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kelancaran sistem operasional perusahaan adalah proses produksinya. Kelancaran produksi sangat penting karena dapat memengaruhi keuntungan perusahaan. Keberhasilan atau kegagalan proses produksi bergantung pada persediaan bahan baku yang optimal. Bahan baku adalah komponen utama dalam proses produksi bagi perusahaan manufaktur. Untuk memenuhi kebutuhan bahan baku ini, sebagian besar perusahaan manufaktur bergantung pada pemasok. Kualitas bahan baku yang disediakan oleh pemasok sangat menentukan kualitas produk akhir. Dalam persaingan bisnis yang tinggi, para pelaku usaha harus memberikan perhatian penuh terhadap kualitas produk. Fokus pada kualitas produk memberikan dampak positif pada bisnis melalui dua cara: dampak pada proses produksi dan dampak pada kualitas bahan baku. (Herawati, H., Mulyani, D. 2016). Oleh karena itu, *Supplier Relationship Management* menjadi sudut pandang yang sangat penting bagi perusahaan manufaktur guna menjamin keandalan dan frekuensi pengiriman pasokan dalam situasi yang dinamis dan kompetitif saat ini. Agar hubungan tersebut berjalan efektif dan berkelanjutan, perlu memberikan manfaat bagi semua pihak yang terlibat, baik pembeli maupun pemasok. *Supplier Relationship Management* merupakan salah satu proses krusial dalam manajemen rantai pasokan yang mengurus hubungan antara perusahaan dengan pemasoknya. Secara esensial, *Supplier Relationship Management* melibatkan integrasi sumber daya, teknologi, alat, dan proses yang sesuai untuk mengkoordinasikan perusahaan dengan pemasoknya, menciptakan hubungan yang kuat dan menguntungkan bagi kedua belah pihak. Menurut penelitian oleh Roushdy et al. dalam Prasetyo (2018), interaksi yang sering dan hubungan yang erat dengan pemasok dapat memiliki dampak positif pada pertukaran informasi dan pengetahuan, yang efektif meningkatkan proses dan kinerja perusahaan. Peran pemasok dalam kesuksesan bisnis sangat signifikan. Proses manajemen pemasok membantu dalam menghitung waktu, biaya, dan energi yang diperlukan untuk meningkatkan hubungan yang positif dengan pemasok. Pengelolaan yang baik terhadap pemasok menghasilkan peningkatan kepuasan pelanggan, pengurangan biaya, peningkatan kualitas produk, dan pelayanan yang lebih baik dari pemasok. (Lahu, E., P., Sumarauw, J., S., B. 2017).

PT. Krakatau *Pipe Industries* merupakan sebuah perusahaan manufaktur yang dimana didalamnya ada peran pemasok sebagai salah satu aset terpenting dalam operasional perusahaan mereka. Dalam proses

produksi, PT. Krakatau *Pipe Industries* bergantung pada dukungan bahan baku dari berbagai vendor atau pemasok. Persaingan yang ketat dalam industri mendorong kesadaran akan pentingnya memilih pemasok yang tepat untuk memenuhi kriteria bisnis yang diinginkan.

Pemilihan pemasok yang kompeten untuk bahan baku merupakan langkah awal yang krusial bagi perusahaan dalam menjaga kualitas produk tetap terjaga dan operasional berjalan lancar. Pemasok merupakan elemen yang tak terpisahkan dari kegiatan bisnis, karena mereka memainkan peran vital dalam operasional bisnis agar berjalan dengan lancar. Memilih pemasok yang kompeten untuk pembelian bahan baku adalah langkah awal bagi perusahaan dalam memperoleh bahan baku berkualitas untuk menjaga kualitas produk tetap terjaga. Pemilihan pemasok merupakan tugas operasional utama dalam mengembangkan kemitraan rantai pasokan yang berkelanjutan. Dalam memilih pemasok yang memenuhi kriteria keberlanjutan secara menyeluruh, penting untuk mempertimbangkan dimensi lingkungan, sosial, dan ekonomi, yang dapat meningkatkan kinerja rantai pasokan. Pemasok merupakan aset yang memungkinkan perusahaan untuk mengkonsolidasikan atau meningkatkan kemampuan internal dan bersaing dengan lebih efektif di pasar. Membangun jaringan yang kuat dengan pemasok merupakan peran penting untuk memastikan perusahaan dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen secara efektif. Ini dapat berkontribusi pada peningkatan kinerja operasional perusahaan. Kerjasama dengan pemasok menjadi sumber keunggulan kompetitif, di mana perusahaan dapat mendorong inovasi, mengurangi biaya, serta meningkatkan respons terhadap kebutuhan pelanggan.

Penelitian tentang pemilihan pemasok menjadi semakin penting dalam beberapa tahun terakhir karena organisasi mulai berfokus pada isu-isu kompetensi inti dan mengalihdayakan kegiatan yang kurang menguntungkan kepada mitra rantai pasokan (Arnold, 2000; Lonsdale dan Cox, 2000; Quinn, 1999 dalam Govindan, Rajendran, Sarkis, dan Murugesan 2015). Evolusi ini mencakup fokus yang lebih strategis pada hubungan pembeli-pemasok di mana kolaborasi yang erat diperlukan dan keterampilan serta kemampuan tertentu diperlukan (Sarkis dan Talluri, 2002 dalam Govindan, Rajendran, Sarkis, dan Murugesan 2015). Keterampilan dan kemampuan ini memerlukan pengawasan yang lebih ketat oleh organisasi pembeli, sehingga menimbulkan tugas yang lebih kompleks dalam mengidentifikasi dan memilih mitra rantai

pasokan strategis. Hal ini disebabkan oleh beberapa pemasok yang memiliki kapasitas terbatas atau menghadapi kendala lainnya. Mutu produk dan layanan sangat berhubungan langsung dengan mutu *supplier* atau pemasok dan produk serta layanan yang mereka berikan (Fernandez, dalam Rusdah dan Widyawati dalam Wulandari, N. 2014).

Saat ini, banyak perusahaan yang melakukan seleksi pemasok dikarekanakan apabila perusahaan melakukan Kesalahan dalam memilih pemasok dapat sangat memengaruhi kinerja perusahaan. Terutama jika pemasok bahan baku yang dipilih tidak kompeten, hal ini dapat menyebabkan penurunan produktivitas perusahaan. Bahan baku adalah komponen penting dalam proses produksi, sehingga jika pemasok yang dipilih tidak mampu memenuhi permintaan atau melakukan kesalahan seperti keterlambatan pengiriman, ketidaksesuaian kuantitas, atau pengiriman barang yang tidak sesuai, maka kinerja perusahaan akan terkena dampak langsung. Seleksi pemasok adalah tahap dalam proses pembelian industri yang biasanya melibatkan peninjauan proposal dan pemilihan pemasok. Perusahaan pembeli akan mempertimbangkan berbagai atribut dari pemasok beserta kepentingan relatifnya. Atribut-atribut dalam seleksi pemasok dapat mencakup kualitas produk dan layanan, reputasi, ketepatan waktu pengiriman, perilaku etis perusahaan, komunikasi yang jujur, serta harga yang kompetitif. Akhirnya, perusahaan pembeli dapat memilih satu pemasok atau beberapa pemasok (Kotler et al., dalam balango et.al., 2020).

Dalam penerapannya PT. Krakatau *Pipe Industries* memiliki beberapa divisi yang berhubungan dengan *Supplier Relationship Management* salah satunya adalah divisi logistik pengadaan jasa. Dimana pada divisi ini bertanggung jawab atas pengadaan layanan yang diperlukan untuk operasional perusahaan. Selain itu, divisi ini juga bertujuan untuk mengelola hubungan dengan penyedia layanan, melakukan negosiasi harga dengan pemasok, dan memantau kinerja penyedia layanan dalam memenuhi kebutuhan Perusahaan. Tujuan artikel untuk mengetahui penerapan *Supplier Relationship Management* (SRM) yang dilakukan oleh PT. Krakatau *Pipe* untuk menjalin hubungan baik dengan mitra pemasok serta hambatan apa saja yang dihadapi.

LANDASAN TEORI

***Supplier Relationship Management* (SRM)**

SRM merupakan bagian dari sebuah proses bisnis dalam *Supply Chain Management* yang menyediakan struktur untuk memelihara dan meningkatkan hubungan antara perusahaan utama dengan para pemasoknya. Menurut Mettler & Rohner dalam Prasetyo (2018). Sedangkan menurut Damanik dan Utomo (2020) Pemasok merupakan pihak eksternal atau pihak luar yang menyediakan atau menjual barang baik barang jadi, barang setengah jadi maupun barang mentah yang akan dijual kembali oleh perusahaan kepada konsumen. Menurut Williams dalam Al-Abdallah et al., (2014) *Supplier Relationship Management* (SRM) memiliki sasaran jangka panjang dan jangka pendek. Sasaran jangka panjang yang mencakup; menciptakan nilai untuk pelanggan, meningkatkan profitabilitas, meningkatkan efisiensi operasi produksi, serta memperbesar pangsa pasar. Fleksibilitas dalam rantai pasokan memungkinkan respons yang efektif terhadap perubahan dalam permintaan, penawaran, dan produk. Adaptasi yang dimaksud dalam konteks ini adalah penyesuaian terhadap perubahan lingkungan yang signifikan (Soh et al., dalam Suryajaya, F. 2023)

Paragony et al., (2020) menjelaskan terdapat 4 aktivitas SRM antara lain:

***Identifying Key Suppliers* (Identifikasi Pemasok Kunci)**

Perusahaan perlu membangun hubungan cross functional dengan key *supplier*. Sebaliknya, dengan *supplier* lain yang tidak terlalu kritis vital perannya bagi perusahaan, perusahaan dapat menjaga hubungan baik sebagai “penjual-pembeli” biasa.

***Information Sharing* (Pembagian Informasi)**

Information sharing merupakan kemampuan perusahaan dalam berinteraksi dengan partner bisnisnya dalam hal berbagi informasi guna kerjasama strategi bersama. Information sharing sering kali digunakan sebagai dimensi dalam mengukur hubungan rantai pasok. Hal ini dikarenakan pembagian informasi merupakan dasar dalam menjalin suatu hubungan.

***Decision Synchronization* (Sinkronisasi Keputusan)**

Decision Synchronization (sinkronisasi keputusan) atau pengambilan keputusan bersama oleh perusahaan dan pemasok memungkinkan perusahaan untuk mengurangi terjadinya konflik pada hubungan rantai pasok. Decision synchronization merupakan salah satu dimensi yang mampu mengukur kolaborasi atau suatu hubungan antara perusahaan dengan pemasoknya.

Supplier Evaluation (Evaluasi Pemasok)

Evaluasi kinerja pemasok merupakan salah satu praktik dalam *Supplier Relationship Management*. Menurut Pujawan dalam Cakra, B., H., A., Baihaqi, I (2020), *supplier* atau pemasok dapat diartikan sebagai pihak yang memiliki kepentingan terhadap keberhasilan manufaktur dalam menjalankan bisnisnya. Pemasok secara intensif mendukung keberhasilan proses operasi perusahaan. Implementasi *Supplier Relationship Management* ini berperan dalam mengukur dan memonitor hasil kinerja pemasok. Hasil dari evaluasi kinerja pemasok bisa dijadikan dasar dalam pengalokasian order di masa yang akan datang. Tolak ukur suatu usaha telah melakukan evaluasi pemasok dengan baik antara lain adalah senantiasa melakukan evaluasi terkait ketepatan jumlah pesanan yang dikirim, ketepatan waktu pembayaran & pengiriman dan evaluasi terkait kualitas material dari pemasok serta memberikan feedback yang berupa masukan ataupun reward kepada pemasok secara berkala.

Menurut Du Plessis et al. (2001) dalam van Zyl (2005) dalam Prasetyo (2018), *co-makership* didasarkan pada konsep bahwa hubungan tradisional antara perusahaan dan pemasok sering kali diwarnai oleh konflik mengenai kualitas, harga, dan pengiriman. Namun, melalui SRM, perusahaan dan pemasok menyadari bahwa bisnis mereka bisa jauh lebih menguntungkan jika mereka mengadopsi kerjasama yang erat dan menerapkan komunikasi menyeluruh dengan pemasok, mencakup bidang pengembangan produk, kualitas, teknik, dan logistik. Kepercayaan timbal balik, kontinuitas hubungan, dan kemauan masing-masing pihak untuk menciptakan bisnis yang saling menguntungkan menjadi fondasi hubungan ini. Hubungan tersebut berdampak pada beberapa area seperti

- a. Spesifikasi produk Dengan kolaborasi, perusahaan pelanggan dan pemasok dapat memastikan bahwa produk dirancang sesuai dengan kemampuan manufaktur pemasok dan kebutuhan pelanggan. Hal ini menghindari ketidaksesuaian spesifikasi, meningkatkan standarisasi, menurunkan tingkat penolakan, mengurangi pengerjaan ulang oleh pelanggan dan pemasok, meningkatkan kinerja pengiriman, menurunkan biaya, dan meningkatkan kepuasan pelanggan.
- b. Kualitas Dalam hubungan ini, kualitas dibangun sejak tahap perancangan dan terus ditingkatkan melalui pengendalian proses yang efektif. Pemasok dan pelanggan bekerja sama

untuk meningkatkan kualitas produk dan meminimalkan inspeksi seminimal mungkin. Hubungan yang kuat dengan pemasok memungkinkan strategi persaingan yang lebih solid, dicapai ketika perusahaan pelanggan memanfaatkan keahlian pemasok mereka sendiri.

METODE PENELITIAN

Metode pendekatan pemecahan masalah yang digunakan adalah metode deskriptif. Data yang diperoleh selama melaksanakan kegiatan observasi di PT. Krakatau *Pipe Industries* selama dua bulan sejak Februari hingga Maret 2024. Metode penelitian deskriptif menurut Kutha dalam Balango A. et al (2020), adalah analisis yang dilakukan dengan menggambarkan fakta-fakta yang kemudian dilanjutkan dengan analisis. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara dan studi literatur. Observasi menurut Pujiyanto (2021) secara sederhana dapat diartikan pengamatan terhadap suatu objek atau pokok permasalahan, sehingga metode observasi dapat diartikan sebagai suatu metode untuk melakukan pengamatan suatu obyek atau pokok permasalahan yang dikemukakan melalui media atau lingkungan sekitar. Kegiatan observasi dilakukan langsung di Perusahaan dengan mengamati kegiatan penerapan SRM dengan para *supplier*. Selain observasi, wawancara dilakukan dengan bagian SRM PT. Krakatau *Pipe Industries* dan dengan beberapa *supplier* terkait penerapan SRM serta hambatan yang dihadapi. Fakta dan data tersebut kemudian dianalisis berdasarkan teori – teori dan sumber kepustakaan dari penelitian terdahulu. Analisis ini tidak hanya menguraikan fakta, tetapi juga memberikan pemahaman dan penjelasan yang memadai. Selain observasi dan wawancara, pengumpulan data dalam penelitian ini juga menggunakan studi literatur (*library research*), peneliti mengumpulkan data dengan membaca, mempelajari, dan menganalisis jurnal- jurnal nasional maupun internasional, buku, serta artikel dari penelitian terdahulu yang relevan dengan objek penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Sebagian besar pemasok berasal dari dalam negeri seperti daerah Jakarta dan Cilegon dengan

pasokan barang terbanyak adalah *Sparepart Machine* dan *Material Coating*. Dengan menggunakan data dari tabel diatas, PT. Krakatau *Pipe Industries* dapat mengevaluasi kinerja setiap pemasok secara lebih efektif, mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan dalam hubungan pemasok, serta mengembangkan strategi untuk meningkatkan kolaborasi dan efisiensi operasional.

Pemasok merupakan salah satu asset penting bagi PT. Krakatau *Pipe Industries* sebagai salah satu keperluan untuk mensuplai bahan baku produksi, sehingga PT. Krakatau *Pipe Industries* berusaha untuk memilih pemasok dengan teliti agar proses produksi dapat berjalan dengan baik dan sesuai dengan prosedur.

Sebagian besar pemasok berasal dari dalam negeri seperti daerah Jakarta dan Cilegon dengan pasokan barang terbanyak adalah *Sparepart Machine* dan *Material Coating*. Dengan menggunakan data dari tabel diatas, PT. Krakatau *Pipe Industries* dapat mengevaluasi kinerja setiap pemasok secara lebih efektif, mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan dalam hubungan pemasok, serta mengembangkan strategi untuk meningkatkan kolaborasi dan efisiensi operasional.

Pemasok merupakan salah satu asset penting bagi PT. Krakatau *Pipe Industries* sebagai salah satu keperluan untuk mensuplai bahan baku produksi, sehingga PT. Krakatau *Pipe Industries* berusaha untuk memilih pemasok dengan teliti agar proses produksi dapat berjalan dengan baik dan sesuai dengan prosedur.

Pembahasan

Penerapan *Supplier Relationship Management* (SRM) di PT. Krakatau *Pipe Industries* dalam Menjalinkan Hubungan dengan Mitra Pemasok

Supplier Relationship Management (SRM) merupakan salah satu kunci dari suatu bisnis untuk mengelola hubungan perusahaan dengan pemasoknya. *Supplier Relationship Management* (SRM) memainkan peran penting terhadap kesuksesan perusahaan, mengelola hubungan dengan pemasok secara tepat dapat membantu perusahaan untuk mengurangi biaya pembelian material atau komponen produksi. Berbagai penelitian sebelumnya telah menunjukkan bahwa penerapan *Supplier Relationship Management* (SRM) berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan. Perusahaan yang mampu mengoptimalkan proses pembelian atau pengadaan barang, mencakup kualitas, harga, dan pelayanan dari pemasok, cenderung mengalami peningkatan kinerja perusahaan. Efektivitas strategi *Supplier*

Relationship Management (SRM) dapat menjadi penentu keberhasilan atau kegagalan dalam mencapai tujuan yang diinginkan. Penerapan *Supplier Relationship Management* (SRM) pada PT. Krakatau *Pipe Industries* dalam menjalin hubungan dengan pemasok dijelaskan melalui 4 aktivitas sebagai berikut :

a. *Identifying Key Suppliers* (Identifikasi Pemasok Kunci)

Pada fase ini PT. Krakatau *Pipe Industries* harus dapat mengidentifikasi *Key Suppliers*. Memilih pemasok merupakan kegiatan strategis, terutama ketika pemasok tersebut akan menyediakan barang-barang penting atau akan berperan sebagai pemasok utama dalam jangka panjang. Kriteria pemilihan menjadi salah satu aspek paling krusial dalam proses seleksi pemasok. Dalam PT Krakatau *Pipe Industries*, proses pemilihan pemasok akan sangat memperhatikan beberapa kriteria penting seperti kualitas produk, ketepatan waktu pengiriman, harga yang kompetitif, kepatuhan terhadap regulasi, keandalan layanan, serta fleksibilitas dalam menghadapi perubahan permintaan dan kondisi pasar. PT Krakatau *Pipe Industries* memastikan bahwa pemasok dipilih berdasarkan kemampuan mereka untuk memberikan nilai tambah yang substansial dan mendukung keberhasilan operasional keseluruhan perusahaan. Pemasok potensial biasanya akan diminta untuk mengajukan proposal kerjasama yang mencakup detail tentang produk atau jasa yang mereka tawarkan, kapabilitas produksi, pengalaman, dan komitmen terhadap standar kualitas dan layanan.

b. *Information Sharing* (Pembagian Informasi)

Pembagian informasi adalah kemampuan perusahaan untuk berinteraksi dengan mitra bisnisnya dalam berbagi informasi, yang bertujuan untuk membentuk strategi bersama. Di PT. Krakatau *Pipe Industries* pembagian informasi memainkan peran penting dalam menjaga hubungan yang efektif dengan pemasok dan mitra bisnis lainnya. Dengan berbagi data yang relevan mengenai permintaan pasar, jadwal produksi, dan perubahan dalam spesifikasi produk, PT. Krakatau *Pipe Industries* dapat bekerja sama dengan pemasok untuk mengoptimalkan rantai pasokan. Bagi PT. Krakatau *Pipe Industries* komunikasi merupakan suatu hal terpenting bagi perusahaan dan pemasok untuk terus meng-*update* informasi terbaru secara jelas dan efektif terkait kebutuhan dan spesifikasi perusahaan. Selain itu, PT. Krakatau *Pipe Industries* secara rutin mengadakan pertemuan, kunjungan ke Lokasi pemasok, serta *gathering* bersama pemasok untuk

memahami situasi kerja dan saling membangun kepercayaan.

Pendekatan kolaboratif ini memungkinkan PT. Krakatau *Pipe Industries* untuk meningkatkan efisiensi operasional, mengurangi biaya, dan memastikan kualitas produk tetap tinggi. Dengan demikian, kemampuan PT. Krakatau *Pipe Industries* untuk berbagi informasi secara efektif dengan mitra bisnisnya adalah kunci dalam mendukung strategi bisnis yang sukses dan berkelanjutan.

c. Decision Synchronization (Sinkronisasi Keputusan)

Sinkronisasi keputusan atau pengambilan keputusan bersama antara perusahaan dan pemasok memungkinkan pengurangan konflik dalam hubungan rantai pasokan. Pada aktivitas ini PT. Krakatau *Pipe Industries* pertama-tama mengidentifikasi keputusan strategis yang mempengaruhi rantai pasokannya, seperti jadwal pengiriman, pengadaan bahan baku, atau perencanaan produksi. Ini dilakukan berdasarkan analisis kebutuhan operasional dan strategi bisnis perusahaan. PT. Krakatau *Pipe Industries* memilih pemasok-pemasok kunci yang terlibat dalam proses pengambilan keputusan tertentu. Pemilihan ini didasarkan pada kriteria-kriteria seperti keandalan, kualitas produk, kemampuan untuk beradaptasi, dan sejalan dengan nilai-nilai perusahaan.

Kemudian, PT. Krakatau *Pipe Industries* akan mengundang pemasok yang terpilih untuk melakukan diskusi bersama mengenai keputusan yang akan diambil. Diskusi ini dapat dilakukan dalam bentuk pertemuan tatap muka atau virtual, tergantung pada kebutuhan dan ketersediaan pihak terlibat. Dengan melibatkan pemasok dalam proses pengambilan keputusan PT. Krakatau *Pipe Industries* memastikan bahwa semua pihak memiliki pemahaman yang seragam mengenai kebutuhan dan tujuan yang hendak dicapai. Hal ini tidak hanya mengurangi potensi konflik, tetapi juga meningkatkan koordinasi dan efisiensi operasional. Misalnya, dalam menetapkan jadwal pengiriman bahan baku, PT. Krakatau *Pipe Industries* bekerja sama dengan pemasok untuk menentukan waktu yang optimal bagi kedua belah pihak. Pendekatan kolaboratif ini akan membantu PT. Krakatau *Pipe Industries* menjaga kelancaran produksi, mengurangi biaya yang tidak perlu, dan meningkatkan kualitas produk akhir. Setelah keputusan diambil, PT. Krakatau *Pipe Industries* akan memastikan implementasi yang tepat dan efektif dari keputusan tersebut. Ini termasuk pemantauan terus-menerus terhadap pelaksanaan keputusan, evaluasi kinerja

pemasok, dan penyesuaian jika diperlukan untuk meningkatkan efisiensi dan kualitas.

d. Supplier Evaluation (Evaluasi Pemasok)

Pada aktivitas terakhir PT. Krakatau *Pipe Industries* akan melakukan evaluasi kinerja pemasok yang merupakan salah satu praktik dalam *Supplier Relationship Management* (SRM). Yang dimana pada penerapan *Supplier Relationship Management* (SRM) ini berperan dalam menilai dan memantau kinerja pemasok yang nantinya hasil dari evaluasi tersebut akan diberikan kepada audit. Pada PT. Krakatau *Pipe Industries*, evaluasi kinerja pemasok merupakan proses penting untuk memastikan bahwa pemasok memenuhi standar kualitas dan layanan yang ditetapkan. Evaluasi ini meliputi berbagai aspek seperti ketepatan waktu pengiriman, kualitas produk, kepatuhan terhadap regulasi, dan kemampuan beradaptasi dengan perubahan kebutuhan. Berdasarkan hasil evaluasi, PT. Krakatau *Pipe Industries* dapat mengidentifikasi pemasok yang berkinerja tinggi dan membina hubungan jangka panjang dengan mereka. Sebaliknya, pemasok yang tidak memenuhi standar akan diberikan umpan balik untuk perbaikan atau, jika perlu, diganti dengan pemasok lain yang lebih kompeten. Proses evaluasi ini memastikan bahwa PT. Krakatau *Pipe Industries* dapat mempertahankan efisiensi operasional, mengurangi risiko, dan terus meningkatkan kualitas produk.

Hambatan Dalam Proses Menjaga Hubungan dengan Pemasok

Dalam era persaingan bisnis yang sangat ketat saat ini, pertumbuhan perusahaan tidak dapat dicapai tanpa adanya layanan pemasok yang unggul. Perusahaan yang baik dapat meningkatkan kepercayaan pemasok dan memengaruhi loyalitas mereka secara positif. Kemampuan perusahaan dalam membangun hubungan dengan mitra pemasok mempengaruhi daya saing perusahaan. Dalam menjalin hubungan, apabila hubungan tersebut terjalin dengan baik maka akan berdampak baik bagi perusahaan dalam segi penjualan dan bisa meningkatkan profitabilitas. PT. Krakatau *Pipe Industries* memiliki beragam pemasok untuk membantu memenuhi berbagai kebutuhan operasional PT. Krakatau *Pipe Industries*. Dalam menjaga hubungan dengan pemasok, PT. Krakatau *Pipe Industries* menghadapi berbagai hambatan yang perlu diatasi demi memastikan kelancaran operasional dan produksi bagi perusahaan.

Dalam era yang kini tengah berlangsung, internet memiliki peranan yang sangat penting dalam berbagai aspek. Sebagai media yang luas digunakan,

perusahaan memanfaatkan internet sebagai sarana utama untuk memenuhi kebutuhan informasi yang mendukung berbagai aktivitas perusahaan. Begitu pula dengan PT. Krakatau *Pipe Industries* yang menggunakan teknologi berbasis web untuk memantau proses pengadaan dengan pemasok. Namun, salah satu hambatan dalam proses pemeliharaan hubungan PT. Krakatau *Pipe Industries* dengan pemasok adalah kendala internet yang dialami oleh pemasok kecil dalam mengakses website PT. Krakatau *Pipe Industries*. PT. Krakatau *Pipe Industries* memiliki website khusus untuk pemasok, yang digunakan untuk berbagai aktivitas penting seperti pengisian data barang yang dikirim, volume barang, dan lainnya. Namun, beberapa pemasok kecil mengalami kesulitan dalam mengakses dan menggunakan website ini secara efektif. Akibatnya, informasi yang diperlukan untuk proses pengiriman dan pemantauan barang seringkali terlambat atau tidak akurat, yang dapat mengganggu alur kerja dan efisiensi operasional perusahaan. Untuk mengatasi masalah ini, PT. Krakatau *Pipe Industries* menerapkan beberapa strategi dalam *Supplier Relationship Management* (SRM) mereka:

a. Training untuk Pemasok Baru dan Panduan untuk Pemasok Lama

Pemasok baru akan diberikan pelatihan saat mendaftar menjadi rekanan. Pelatihan ini mencakup cara menggunakan sistem berbasis web yang digunakan oleh PT. Krakatau *Pipe Industries*, sehingga pemasok dapat dengan mudah mengakses serta mengelola informasi yang dibutuhkan. Selain itu, perusahaan juga menyediakan panduan dan materi tambahan bagi pemasok yang telah lama terdaftar, memastikan mereka selalu *up-to-date* dengan sistem yang diterapkan. Langkah ini membantu memastikan bahwa semua pemasok, baik lama maupun baru, dapat terus menjalin hubungan yang baik dengan PT. Krakatau *Pipe Industries* secara berkelanjutan.

b. Pengecualian untuk Penggunaan Manual dan Dukungan Berkelanjutan

Bagi beberapa pemasok yang masih kesulitan dengan internet, PT. Krakatau *Pipe Industries* memberikan pengecualian untuk mengirimkan penawaran harga dan proses penagihan secara manual. Hal ini dilakukan agar semua pemasok tetap dapat berpartisipasi dalam proses pengadaan dan memenuhi kebutuhan perusahaan. Selain itu, PT. Krakatau *Pipe Industries* secara berkala membiasakan pemasok untuk mulai menggunakan portal berbasis web. Dengan mengadakan sesi pelatihan tambahan dan memberikan dukungan terus menerus, PT. Krakatau

Pipe Industries membantu pemasok untuk beradaptasi dengan sistem digital yang diterapkan. Dengan strategi-strategi ini, PT. Krakatau *Pipe Industries* dapat mengatasi hambatan internet yang dialami oleh pemasok kecil dan memastikan kelancaran operasional perusahaan melalui penerapan *Supplier Relationship Management* (SRM) yang efektif.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Secara keseluruhan, PT. Krakatau *Pipe Industries* menerapkan *Supplier Relationship Management* (SRM) dengan pendekatan yang komprehensif dan terstruktur untuk mengelola hubungan dengan pemasoknya. Melalui *Identification Key Supplier, Information Sharing, Decision Synchronization, dan Supplier Evaluation*. PT. Krakatau *Pipe Industries* memastikan bahwa kolaborasi dengan pemasok tidak hanya efisien tetapi juga berorientasi pada mencapai keunggulan operasional. Strategi ini tidak hanya membantu dalam mengoptimalkan rantai pasokan, tetapi juga mengurangi biaya pembelian, meningkatkan kualitas produk, dan meminimalkan risiko. Dengan demikian, penerapan *Supplier Relationship Management* (SRM) di PT. Krakatau *Pipe Industries* bukan hanya mendukung keberlanjutan operasional perusahaan, tetapi juga memperkuat posisi mereka dalam pasar yang kompetitif.

Dalam kompetisi bisnis yang ketat saat ini, PT. Krakatau *Pipe Industries* mengakui pentingnya memiliki hubungan yang kuat dengan pemasok untuk mencapai pertumbuhan dan keunggulan kompetitif. Meskipun menghadapi hambatan terkait akses internet bagi beberapa pemasok kecil, perusahaan telah mengambil Langkah strategis dalam *Supplier Relationship Management* (SRM) untuk mengatasi masalah ini. Melalui pelatihan intensif dan dukungan berkelanjutan, PT. Krakatau *Pipe Industries* membantu pemasok beradaptasi dengan sistem berbasis web perusahaan, memastikan informasi yang diperlukan dapat diakses dan dikelola dengan efektif. Dengan demikian, pendekatan ini tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional, tetapi juga memperkuat kerjasama jangka panjang antara perusahaan dan mitra pemasoknya.

Saran

Saran penulis pada penelitian ini antara lain; melakukan evaluasi rutin terhadap kinerja pemasok dengan memberikan umpan balik yang konstruktif serta menggunakan data hasil evaluasi untuk

meningkatkan proses *Supplier Relationship Management* (SRM) secara keseluruhan guna memastikan semua pemasok dapat memenuhi standar kualitas dan layanan yang ditetapkan; pemasok harus lebih aktif mengikuti sesi pelatihan yang disediakan dan berusaha untuk selalu meningkatkan kemampuan teknis guna meningkatkan efisiensi dan efektivitas operasional mereka; serta peningkatan komunikasi antar perusahaan sangat penting untuk menciptakan hubungan yang terjalin erat dan saling menguntungkan, sehingga PT. Krakatau *Pipe Industries* dapat memastikan kelancaran operasional dan produksinya sementara pemasok dapat terus berkembang untuk berkontribusi demi kesuksesan bersama.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Abdallah, et al (2014). The Impact Of *Supplier Relationship Management* On Competitive Performance Of Manufacturing Firms https://www.researchgate.net/profile/Ayman-Abdallah/publication/271444793_The_Impact_of_Supplier_Relationship_Management_on_Competitive_Performance_of_Manufacturing_Firms/links/54c7e39f0cf289f0cece34e6/The-Impact-of-Supplier-Relationship-Management-on-Competitive-Performance-of-Manufacturing-Firms.pdf diakses pada 6 Juni 2024 pukul 02.00
- Balango, A., et.al. (2020). APLIKASI SELEKSI PEMASOK KONSTRUKSI MENGGUNAKAN METODE WEIGHTED PRODUCT BERBASIS MOBILE DI PT. BINARTHAMA KHARISMA <https://jurnal.usbykp.ac.id/index.php/infotronik/article/download/354/222> diakses pada tanggal 10 Juni 2024 pukul 22.28
- Cakra, B., H., A., Baihaqi, I. (2020). Pemilihan *Supplier* Berbasis Lingkungan: Studi Kasus pada PT. Warisan Eurindo <https://ejournal.its.ac.id/index.php/teknik/article/download/50428/6126> diakses pada 28 Mei 2024 pukul 16.19
- Damanik, S. Utomo, D. P. (2020). Implementasi Metode ROC (Rank Order Centroid) Dan Waspas Dalam Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Kerjasama Vendor <http://www.ejurnal.stmikbudidarma.ac.id/index.php/komik/article/download/2690/2082> diakses pada 17 Mei 2024 pukul 23.40
- Govindan, K., et.al. (2015). Multi criteria decision making approaches for green *supplier* evaluation and selection: a literature review https://www.researchgate.net/profile/Sivakumar/publication/370978204_Multi_criteria_decision_making_approaches_for_green_supplier_evaluation_and_selection_a_literature_review/links/646d12dc8bf29018ccba87/Multi-criteria-decision-making-approaches-for-green-supplier-evaluation-and-selection-a-literature-review.pdf diakses pada tanggal 10 Juni 2024 pukul 11.12
- Herawati, H., Mulyani, D. (2016). Pengaruh Kualitas Bahan Baku Dan Proses Produksi Terhadap Kualitas Produk Pada UD. Tahu Rosydi Puspan Maron Probolinggo <https://jurnal.unej.ac.id/index.php/prosiding/article/download/3677/2867> diakses pada 06 Juni 2024 pukul 02.30
- Lahu, E., P., Sumarauw, J., S., B. (2017). Analisis Pengendalian Persediaan Bahan Baku Guna Meminimalkan Biaya Persediaan Pada Dunkin Donuts Manado <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/download/18394/17922> diakses pada 06 Juni 2024 pukul 03.00
- Paragony, P., P., Sofitra, M., Wijayanto, D. (2020). Analisis Implementasi *Supplier Relationship Management* pada UMKM dan Perannya dan Kinerja UMKM di Indonesia <https://jurnal.untan.ac.id/index.php/jtinUNTAN/article/download/42491/75676586988> diakses pada 5 Juni 2024 pukul 20.22
- Prasetyo, E., B. (2018). *Supplier Relationship Management* Berdasarkan Indeks Proses Kapabilitas Untuk Multiple Characteristic https://repository.its.ac.id/50124/1/02411650013042_Erik%20Bagus%20Prasetyo.ppt diakses pada 5 Juni 2024 pukul 13.20
- PT. Krakatau Pipe Industries (2024). <https://krakataupipe.com/company-profile/kpi-at-glance/> diakses pada 17 Mei 2024 pukul 22.28
- Pujiyanto, H. (2021). Metode Observasi Lingkungan dalam Upaya Peningkatan Hasil Belajar Siswa MTs. https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwjLk5qDi_iCAxWbTGcHV4zAjEQFnoECAsQAQ&url=https%3A%2F%2Fscholar.archive.org%2Fwork%2Fgcq4od43lvhblpj4at2psitjny%2Faccess%2Fwayback%2Fhttps%3A%2F%2Fahlmedia.com%2Fjurnal%2Findex.php%2Fjira%2Farticle%2Fdownload%2F143%2F138&usq=AovVaw2

[SNOj5GcoOXRX-W2VBF7u0&opi=89978449](#)

diakses pada 18 Mei 2024 pukul 21.20

Suryajaya, F. (2023). Penerapan Business Intelligence, Marketing Intelligence, dan *Supplier* Relationship Management Sebagai Upaya Mencapai Keunggulan Kompetitif Pada Usaha Ritel
[https://repository.uksw.edu/bitstream/123456789/29461/8/T2_9120](https://repository.uksw.edu/bitstream/123456789/29461/8/T2_91202021_Isi.pdf)

[2021_Isi.pdf](#) diakses pada 8 Juli pukul 17.07

Wulandari, N. (2014). Perancangan Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan *Supplier* di PT. Alfindo Dengan Metode Analytical Hierarchy Process (AHP).

<file:///C:/Users/Lenovo/Downloads/72-Article%20Text-132-1-10-20170123.pdf>

diakses pada 27 Mei 2024 pukul 10.30