

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil dari pembahasan yang telah dilakukan sebelumnya pada penelitian ini yaitu:

1. Mendapatkan nilai *Bullwhip Effect* untuk level distributor sebesar (1.02022) dengan parameter (1.003711) . Untuk level retail terdapat 5 (lima) yang terjadi fenomena *Bullwhip Effect* dengan parameter sebesar (1.001854) yaitu Retail AEON Indonesia (1.03000), Retail Gelael (1.04231), Retail GS Indonesia (1.05525), Retail Lion Super Indo (1.03015), Retail Lotte Mart (1.02073). Sedangkan retail yang tidak terjadi fenomena *Bullwhip Effect* yaitu ada 2 (Dua) retail yaitu Retail Herro (0.99125) dan Retail Hpm (0.99874).
2. Setelah diketahui terjadi fenomena *Bullwhip Effect* pada rantai pasokan maka dilakukan penerapan metode CPFR yang bertujuan untuk berbagi informasi dalam bentuk kolaborasi antara retail dan distributor dalam perencanaan dan pemenuhan kebutuhan konsumen kembali. Dengan membuat prosedur bersama pada aktivitas kolaborasi. Perbandingan nilai *Bullwhip Effect* sebelum dan sesudah penerapan metode CPFR pada level distributor sebelum menerapkan metode CPFR (1.02022) menjadi (0.47083) pada level retail yaitu Aeon Indonesia (1.0300) menjadi (0.597668) retail Gelael (1.04231) menjadi (0.505014) retail GS Indo (1.05525) menjadi (0.658339) retail (0.99125) menjadi (0.441451) retail Hpm (0.99874) menjadi (0.464701) retail Lion Super Indo (1.03015) menjadi (0.612567) retail Lotte (1.02073) menjadi (0.482079) , hasil yang didapat menunjukkan bahwa tidak terjadi *Bullwhip Effect* pada tiap level rantai pasokan. Maka dapat diambil kesimpulan bahwa metode CPFR bisa diterapkan pada tiap rantai pasokan untuk meminimalisir terjadinya fenomena *Bullwhip Effect*.

5.2 Saran

Saran yang diberikan setelah penelitian ini dilakukan adalah :

1. Perusahaan dapat menerapkan metode *Collaborative Plannig, Forecasting, and Replenishment* untuk meminimalisir terjadinya fenomena *Bullwhip Effect*.
2. Pada internal tiap level rantai pasok harus berbagi informasi yang akurat terhadap permintaan produk seperti pada bagian Marketing, Planner, Produksi dan juga Gudang. Sedangkan pada rantai pasokan level distributor dan juga retail dapat membuat jadwal untuk melakukan kolaborasi terhadap permintaan konsumen pada periode mendatang.
3. Pada penelitian selanjutnya analisa *Bullwhip Effect* ini dapat dikembangkan dengan melakukan penelitian meggunakan metode RFID untuk mendukung sistem CPFR.

