



UNIVERSITI
TEKNOLOGI
MARA

Cawangan Terengganu

INFO US\$AHAWAN

usahawan pemacu ekonomi mapan

EDISI
24
MAY 2021 APRIL 2022

NO ISSN: ISSN: ISSN 1823-6421

BULETIN ADALAH HAK MILIK KEKAL MASMED UITM CAWANGAN TERENGGANU

Rantaian Bekalan dan Nilai kepada Pelanggan

Noor Malinjasari Binti Ali¹, Raslina Mohamed Nor¹, Hasmi Mokhlas²

¹Fakulti Pengurusan dan Perniagaan, Universiti Teknologi MARA, Cawangan Terengganu, Kampus Dungun, Terengganu

²Fakulti Pengurusan dan Perniagaan, Universiti Teknologi MARA, Cawangan Melaka, Melaka

Koresponden: raslina@uitm.edu.my

Dalam dunia keusahawanan, konsep pengurusan rantaian bekalan sangat penting dalam persekitaran perniagaan hari ini. Pengurusan rantaian bekalan yang berkesan mampu membantu syarikat dalam proses pembangunan produk dengan melantik pihak ketiga untuk menguruskan kemudahan logistik dan pengangkutan untuk memberikan nilai yang optimum kepada pelanggan dan sebagai salah satu teknik meningkatkan nilai kepada pelanggan. Adalah penting untuk mewujudkan persekitaran yang harmoni antara pengeluar dan pelanggan dengan memberikan respons yang cepat terhadap pelanggan melalui penyelarasan antara penyedia perkhidmatan dan pengedar. Kecekapan syarikat dalam mengendalikan perniagaan akan menyumbang kepada kepuasan pelanggan dan kejayaan syarikat.

Kecekapan syarikat dalam pengurusan rantaian bekalan seperti aliran fizikal yang merangkumi transformasi daripada bahan mentah kepada sesuatu produk dan kemudian kemudahan pengangkutan barangan tersebut kepada pengguna akhir akan menyebabkan pelanggan berpuas hati sekiranya barangan tersebut sampai kepada pelanggan dalam keadaan yang elok, tiada kecacatan dan sempurna. Kedua

adalah aliran maklumat yang tepat iaitu barangan yang sampai kepada pelanggan adalah seperti barangan yang diminta daripada segi jumlah kuantiti, jenis dan reka bentuk. Seandainya ini berlaku, ia akan memberi nilai tambah kepada syarikat dan pelanggan akan terus berurusan dengan syarikat.

Pengurusan rantaian bekalan juga memberi kesan kepada inovasi dalam proses rantaian bekalan, ia berhubung rapat dengan teknologi terkini dan inovasi terhadap proses ini sentiasa berkembang dari masa ke semasa. Akhirnya, ia akan meningkatkan produktiviti dan berupaya untuk merendahkan kos perkhidmatan secara relatif. Pengurusan rantaian bekalan juga boleh digunakan sebagai ukuran kesan sumber global ke atas operasi perniagaan. Syarikat berupaya untuk memastikan kesinambungan bahan mentah daripada pihak pembekal sekalipun mereka bukan berada dalam kawasan geografi yang sama disebabkan teknologi sedia ada dan juga hubungan baik yang terjalin akibat daripada pengurusan rantaian bekalan. Ini juga boleh memberikan nilai kepada pelanggan untuk produk akhir syarikat.

Pengurusan rantaian bekalan juga memberikan impak yang positif

kepada pengeluaran pelbagai produk dalam pasaran. Ini memberikan impak nilai kepada pelanggan daripada empat dimensi yang signifikan iaitu, prestasi produk, kelestarian produk, produk yang berdaya saing dan penciptaan produk baru. Ini kerana produk-produk tersebut tidak mungkin dapat dipasarkan di peringkat global tanpa ada pengurusan rantaian bekalan yang cekap yang memastikan produk-produk tersebut tersedia pada waktu yang diperlukan. Kecekapan pengurusan rantaian bekalan akan memastikan ia mengatasi pesaing-pesaing lain dalam perusahaan komersil merangkumi perkongsian strategik antara pembekal dan pengedar dan mempunyai hubungan yang hebat dengan pelanggan. Ini boleh dilaksanakan dengan mempunyai prestasi teknologi terkini yang cekap dan berkesan.

Sebagai kesimpulan, usahawan dan syarikat yang ingin mengoptimumkan keuntungan dalam perniagaan melalui aspek nilai kepada pelanggan boleh memberikan penekanan kepada pengurusan rantaian bekalan sebagai alat yang berkesan untuk mencapai matlamat yang diinginkan.

Bibliografi

[1] Bowersox, D. J., Closs, D. J., Cooper M. B. and Bowersox, J. C. (2013), *Supply Chain Logistics Management*, Mc Graw-Hill International Edition.

[2] Murphy, P. R. Jr. and Wood, D. F. (2011), *Contemporary Logistics*, 10th Edition, Pearson International Edition.

[3] Lambert, D.M. and Stock, J.R. (2001) *Strategic Logistics Management.*, 4th Edition, New York: McGraw-Hill.