

VENDOR MANAGEMENT



Oleh: Ir. Berty Argyantari, M.M. | Senior Consultant at Supply Chain Indonesia

Meningkatnya kompleksitas dunia bisnis menuntut kemampuan semua lini agar bisa mendukung keunggulan kompetitif perusahaan. Tak terkecuali di bagian Procurement, yang bisa berperan melalui penerapan vendor management yang mengoptimalkan *value network* dengan vendor strategis untuk menghasilkan *end to end solution*. Melalui vendor management, maka hubungan dengan vendor dapat dibangun sebagai mitra strategis untuk memperkuat bisnis kedua belah pihak sehingga dapat tumbuh bersama. Negosiasi dilakukan tidak untuk mendapatkan harga serendah mungkin namun ke arah *total cost of ownership* yang fokus pada *value*.

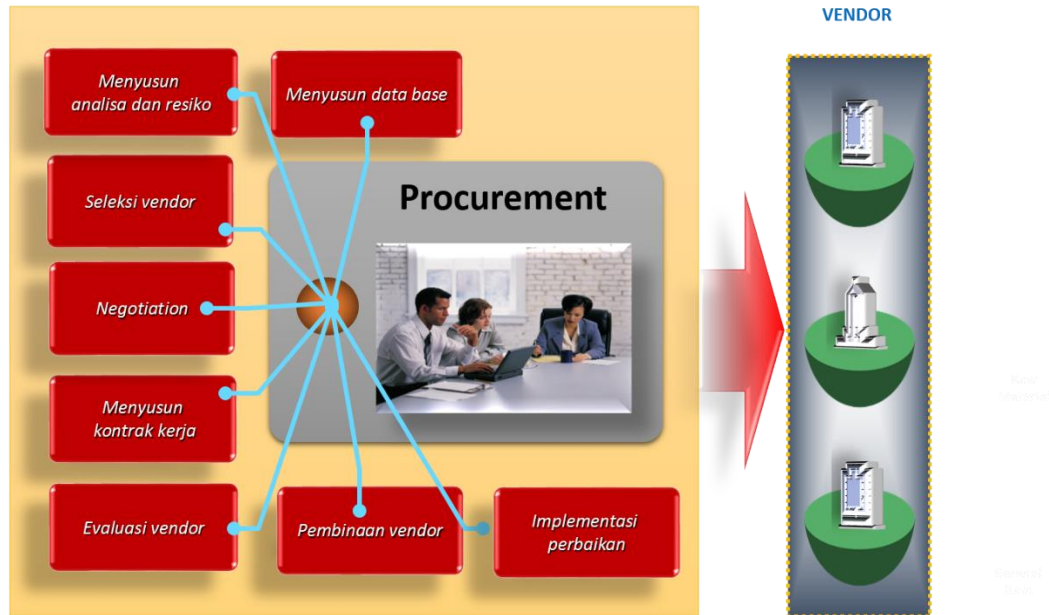
Tujuan dari vendor management adalah:

1. Meningkatkan *value for money* dari vendor
2. Memastikan vendor dapat memiliki kinerja selaras dengan tujuan bisnis perusahaan dengan targetnya yaitu pasokan datang tepat waktu, tepat jumlah, tepat kualitas dan tepat tujuan.
3. Mengelola hubungan dengan vendor agar vendor bisa mendukung strategi perusahaan.

Proses vendor management meliputi beberapa tahap berikut ini:

1. Menyusun data base vendor
2. Menyusun analisa dan resiko (*vendor analysis & risk assessment*)
3. Seleksi vendor (*vendor selection*)
4. Negosiasi (*negotiation*)
5. Menyusun kontrak kerja yang dituangkan dalam Service Level Agreement (*contract management*)
6. Evaluasi kinerja vendor (*vendor performance management*)
7. Pembinaan vendor (*vendor development*)
8. Implementasi rencana perbaikan berkesinambungan (*join improvement*)

Gambar 1. Proses vendor management



Tips untuk sukses mengaplikasikan vendor management adalah:

a. Keterbukaan informasi

Dengan adanya keterbukaan informasi maka vendor dapat memberikan layanan dan solusi terbaiknya sesuai dengan kebutuhan bisnis perusahaan. Contoh informasi dalam hal ini adalah menginformasikan rencana penjualan, peluncuran produk baru, perubahan desain produk. Semakin dini melibatkan vendor dalam perancangan desain produk baru, akan semakin besar manfaat yang diperoleh perusahaan.

b. Komitmen

Komitmen dari kedua belah sangat menentukan keberhasilan dari sebuah kerjasama. Perusahaan perlu mendapatkan komitmen dari vendor untuk bisa mendukung strategi perusahaan, di satu sisi vendor pun perlu mendapatkan komitmen dari perusahaan agar bisa memasok barang dengan kualitas dan tingkat pelayanan yang diharapkan. Namun bukan berarti perusahaan menerima berapapun harga yang ditawarkan oleh vendor, tapi tetap berusaha mendapatkan *competitive bids*.

c. Mengundang vendor menjadi mitra strategis

ARTIKEL

Bila vendor tersebut merupakan vendor kunci, maka undanglah vendor tersebut dalam *strategic meeting* yang terkait dengan barang yang dipasok oleh mereka. Dengan cara ini, vendor dapat memberikan ide-ide ataupun solusi yang menguntungkan bagi perusahaan melalui keahlian yang mereka miliki sehingga bisa menghasilkan produk berkualitas dengan harga bersaing di pasar.

d. Membangun kerjasama jangka panjang

Prinsip dalam vendor management adalah membangun hubungan jangka panjang dengan mengutamakan saling percaya dan keterbukaan.

e. Memahami bisnis vendor

Perlu diingat bahwa vendor pun memiliki bisnis yang juga harus menghasilkan keuntungan. Apabila perusahaan terus menerus terlalu menekankan pada pengurangan biaya, tidak jarang hal ini akan berakhir pada menurunnya kualitas yang diberikan atau bahkan mereka akan mengundurkan diri sebagai vendor. Pada vendor management, perlu dikembangkan sebuah kerja sama dimana perusahaan turut berkontribusi dalam peningkatan pelayanan dari vendor dengan memahami bisnis yang mereka jalankan.

f. Negosiasi to a Win-Win Agreement

Vendor yang baik akan mengedepankan negosiasi yang menguntungkan kedua belah pihak dan bisa mencapai tujuan bersama. Lakukan persiapan sebaik mungkin dan fokus pada *key issues* agar proses negosiasi bisa berjalan dengan efektif.

g. Semangat bersama untuk menghasilkan Value

Vendor management lebih dari sekedar mendapatkan harga termurah. Seringkali dengan mengutamakan harga termurah, perusahaan akan mendapatkan kualitas yang rendah. Untuk jangka panjang, kualitas rendah akan merugikan perusahaan itu sendiri. Vendor management fokus pada kualitas sesuai dengan harga yang telah dibayarkan - dengan kata lain, fokus kepada *value*. Ketika vendor memberi perhatian khusus pada kualitas yang mereka hasilkan, pada saat perusahaan mencantumkan tingkat kualitas yang diharapkan secara spesifik di dalam kontrak, maka vendor tidak akan mengalami kesulitan untuk memenuhinya.

Sekilas tentang Supply Chain Indonesia

ARTIKEL

Supply Chain Indonesia (SCI) merupakan lembaga independen yang bergerak dalam kegiatan pendidikan, pelatihan, konsultasi, penelitian, dan pengembangan bidang logistik dan *supply chain* di Indonesia. SCI menjadi wadah informasi, interaksi, dan komunikasi para praktisi, akademisi, birokrasi, peneliti, dan pemerhati bidang logistik dan *supply chain* di Indonesia.

SCI telah berperan dalam memperbaiki dan meningkatkan kinerja logistik untuk perusahaan-perusahaan swasta dan BUMN. SCI juga berkontribusi dalam perbaikan dan pengembangan logistik melalui beberapa kementerian dan lembaga pemerintah terkait, seperti Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian, Kementerian Perhubungan, Kementerian Perdagangan, dan lain-lain, termasuk dalam implementasi Cetak Biru Pengembangan Sistem Logistik Nasional.