

ABSTRACT

The retail experience shelf becomes one of the keys to winning the "first moment of truth". Empty stock conditions will allow consumers to find, try, and ultimately choose alternative products. This can cause consumers to be forever, and bad for the long term for customers and product results. This also can not be separated from the ability of manufacture to fulfill order from customer according to which have been agreed in Service Level Agreement. The purpose of this study is to satisfy customers by increasing the Service Level to 95% and 95% On-Shelf OSA (Availability On-Shelf). In this study the authors will display collaboration project hasill data using communication approach by both parties manufacturing and retail then do analysis to collaboration which have been done by CPFR method (Collaborative Planning, Forecasting and Replenishment). CPFR is a business practice that combines the intelligence of multiple trading partners in the planning and fulfillment of customer requests. Since the VICS (Voluntary Interindustry Commerce Standards) Association published its vision for CPFR in 1998, more than 300 companies have implemented this process. CPFR byproducts document the percentage increase in goods from 2-8% for in-store products. Once done. For 97 months. Based on the results of research suggestions for collaborative teams of authors is to strengthen by reducing factors in the improvement of some systems that prove to be less effective and forecasting strategies.

Keywords: collaboration, communication, cpfr



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRAK

Shelf experience konsumen retail menjadi salah satu kunci untuk memenangkan “*first moment of truth*”. Kondisi stok yang kosong akan memungkinkan konsumen menemukan, mencoba, dan akhirnya memilih produk alternatif. Hal ini dapat menyebabkan hilangnya konsumen untuk selamanya, dan berakibat buruk dalam jangka panjang bagi pelanggan dan saham produk. Bagaimanapun juga hal ini juga tidak terlepas dari kemampuan manufaktur untuk memenuhi order dari customer sesuai yang telah disepakati dalam *Service Level Agreement*. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk memuaskan pelanggan dengan cara meningkatkan nilai *Service Level* menjadi 95% dan OSA (*On-Shelf Availability*) 95%. Pada penelitian ini penulis akan menampilkan data hasil proyek kolaborasi yang menggunakan pendekatan komunikasi oleh kedua belah pihak manufaktur dan ritel kemudian melakukan analisa terhadap kolaborasi yang telah dilakukan dengan metode CPFR (*Collaborative Planning, Forecasting and Replenishment*). CPFR merupakan suatu *business practice* yang mengkombinasikan intelijensi beberapa mitra dagang dalam perencanaan dan pemenuhan permintaan pelanggan. Sejak Asosiasi VICS (*Voluntary Interindustry Commerce Standards*) mempublikasikan pedoman untuk CPFR pada tahun 1998, lebih dari 300 perusahaan telah mengimplementasikan proses ini. Sejumlah studi kasus proyek CPFR mendokumentasikan persentase peningkatan barang dari 2-8% untuk produk di toko. Setelah dilakukan proyek kolaborasi selama 3 bulan didapatkan hasil peningkatan *Service Level* menjadi 97.1% dan OSA 96%. Berdasarkan hasil penelitian saran bagi tim kolaborasi dari penulis adalah untuk memperkuat kolaborasi dengan mengurangi ketakutan dalam hal memperbaiki beberapa system yang terbukti kurang efektif dan membuat strategi forecasting bersama sebagai landasan pemenuhan pesanan.

Kata kunci : *kolaborasi, komunikasi, cpfr*

UNIVERSITAS
MERCU BUANA