

## ABSTRAK

Memiliki produk yang berkualitas dengan harga yang kompetitif pada waktu dan tempat yang tepat menjadikan perusahaan dapat meningkatkan daya saing untuk memenangkan persaingan.

PT.INTI baru saja mengumumkan formasi baru direksinya. Dalam terpilihnya dengan manajemen baru, perusahaan meneruskan kinerja untuk mencapai target 2017 dengan SBU *Broadband* menjadi divisi dengan target tertinggi. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui penerapan SCM yang ada di PT INTI khususnya pada bagian SBU *Broadband*. Sehingga dengan mengetahui penerapan SCM yang ada di perusahaan, kegiatan rantai pasokan yang belum maksimal dapat menjadi pertimbangan perbaikan untuk perusahaan dan dapat membantu perusahaan dalam mencapai target penjualannya.

Metode pengumpulan data menggunakan data primer yang diperoleh dari penyebaran kuesioner yang disebarakan secara *offline*. Penelitian yang dilakukan adalah penelitian deskriptif. Teknik analisis data yang digunakan terdiri dari dua macam, yaitu analisis jenjang dan analisis deskriptif. Pemilihan responden dilakukan dengan *judgement sampling*, yaitu semua karyawan yang berada di bagian pengadaan divisi SBU *Broadband*. Penerapan SCM yang dianalisis pada penelitian ini merupakan makro proses yang terdiri dari CRM, ISCM, dan SRM.

Dari hasil pengolahan data diperoleh bahwa penerapan CRM berada pada kategori tinggi dengan persentase rata-rata 83.36%. Artinya, penerapan CRM pada perusahaan saat ini sudah baik dengan menerapkan proses *marketing*, proses penjualan, manajemen pemesanan, dan *call/service center*. Penerapan pada ISCM menunjukkan terdapat dalam kategori sangat tinggi dengan persentase 86.42%. Artinya penerapan ISCM perusahaan saat ini sudah sangat baik dengan menerapkan perencanaan strategis, permintaan, sumber daya, pemenuhan dan layanan lapangan. Penerapan pada SRM menunjukkan terdapat pada kategori sangat tinggi dengan persentase 89.71%. Artinya penerapan SRM saat ini sudah sangat baik dengan menerapkan kolaborasi rancangan dan pasokan, pembelian, negosiasi, dan *source*.

Kata Kunci : *Supply Chain Management*, Makro Proses, CRM, ISCM, SRM