

ABSTRAK

Supply chain management yang baik adalah yang mampu membuat aliran informasi dan koordinasi yang baik antara *upstream channel* dan *downstream channel*. Apabila SCM lemah dalam mengelola aliran informasi dan koordinasi, maka dapat menimbulkan distorsi informasi yang dapat berupa terjadinya amplifikasi permintaan yang semakin besar pada *upstream channel* dibandingkan dengan *downstream channel*. Kondisi tersebut dinamakan *bullwhip effect*. Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk memastikan terlebih dahulu apakah benar terjadi *bullwhip effect* pada PT. X di Surabaya. Setelah itu, peneliti berusaha mengukur besaran nilai indeks *bullwhip effect* serta mengidentifikasi berbagai faktor yang menjadi penyebab terjadinya *bullwhip effect* pada produk *Wiring Harness*, *Combination Switch*, dan *Ignition Switch* yang merupakan produk hasil produksi yang dilakukan objek penelitian yaitu PT. X di Surabaya. Pengukuran indeks *bullwhip effect* dilakukan dengan menggunakan pengukuran agregasi data yang dikemukakan oleh Fransoo dan Wouters pada Tahun 2000. Dari pengukuran tersebut menghasilkan rata-rata (*average*) untuk pengukuran ω_2 pada Tahun 2016 sebesar 1,0264 dan menghasilkan nilai *bullwhip effect* pada *echelon* ω_4 pada Tahun 2016 sebesar 1,008862 yang menunjukkan terjadinya *bullwhip effect* pada seluruh produk dari PT. X di Surabaya. Berdasarkan identifikasi menggunakan *Fishbone Diagram*, faktor-faktor yang dapat menyebabkan terjadinya *bullwhip effect* pada PT. X di Surabaya adalah, *demand forecast updating*. Usulan perbaikan untuk PT. X di Surabaya adalah membagikan informasi permintaan ke seluruh pemeran yang ada pada *supply chain*.

Kata Kunci: *Supply Chain Management, Bullwhip Effect, Fishbone Diagram*