

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Agribisnis adalah serangkaian kegiatan yang meliputi produksi usaha tani, pengolahan hasil pertanian serta pemasaran hasil pertanian yang secara berkesinambungan dari hulu hingga hilir. Perkembangan agribisnis dapat meningkat diiringi dengan minat masyarakat terhadap kegiatan usaha agribisnis. Salah satu produk agribisnis yang menjanjikan saat ini adalah tanaman hortikultura sayur. Komoditas hortikultura sayur merupakan salah satu komoditas yang masih memiliki prospek yang cerah dan peluang pasar dalam negeri yang masih terbuka lebar. Peluang tersebut didukung oleh data konsumsi perkapita sayur yang meningkat. Dapat dilihat dari data BPS (2013) masyarakat yang mengkonsumsi sayur perkapita meningkat setiap tahunnya. Prosentase konsumsi perkapita sayur di Indonesia periode 2011 adalah 37,52%, jumlah tersebut terus meningkat, pada tahun 2012 sebesar 37,90.

Prosentase pertumbuhan konsumsi perkapita mengalami peningkatan, hal ini berhubungan dengan minat masyarakat dalam mengkonsumsi sayur yang dianjurkan untuk dikonsumsi sehari-hari, selain memiliki harga yang murah, mudah diperoleh, dapat diolah menjadi berbagai hidangan, serta sayuran juga banyak mengandung vitamin dan mineral yang menjadi tujuan utama masyarakat dalam mengkonsumsi sayuran. Peningkatan pada data konsumsi sayuran perkapita di Indonesia menjadikan peluang untuk pelaku usaha dalam mengembangkan usaha atau bisnis dalam bidang agribisnis.

Usaha dalam bidang agribisnis harus diimbangi dengan manajemen rantai pasok yang baik, komoditas sayuran perlu penanganan yang benar, karena sifat sayuran yang mudah rusak. Pengadaan bahan baku, pengemasan dan pengiriman barang atau distribusi merupakan penanganan pasca panen yang berpengaruh terhadap kualitas sayur. Perlu adanya manajemen rantai pasok dikarenakan permintaan pelanggan yang harus dipenuhi dalam setiap mata rantai pasok dengan tujuan dapat bersama-sama menghantarkan produk hingga sampai pada konsumen akhir dengan kualitas dan kuantitas yang diharapkan oleh konsumen.

Manajemen rantai pasok mencakup semua bagian diantaranya *suppliers*, produsen, distributor dan pelanggan, baik secara langsung maupun tidak langsung dalam memenuhi permintaan pelanggan. Rantai pasokan meliputi tidak hanya pada produsen dan *suppliers* saja tetapi juga pengangkut, gudang, pengecer, dan bahkan pelanggan itu sendiri. Menurut Heizer dan Render (2009), manajemen rantai pasokan adalah pengintegrasian aktivitas pengadaan bahan dan pelayanan perubahan menjadi barang setengah jadi dan produk akhir, serta pengiriman ke pelanggan, mencakup semua interaksi diantara pemasok, produsen, distributor, dan pelanggan. Tujuan dari rantai pasokan adalah membangun suatu hubungan yang memusatkan pada perhatian untuk memaksimalkan nilai bagi pelanggan. Persaingan bukan lagi antar perusahaan, namun antar pemasok atau supplier.

Persaingan yang terjadi diantara pemasok dalam rantai pasok yaitu adanya keputusan dalam pemilihan pemasok. Pelanggan memiliki kriteria dan *standart* khusus dalam menetapkan pemasok perusahaan. Menurut Pujawan (2005) seiring dengan pasar yang semakin mengglobal dan munculnya teknologi informasi, persaingan di dunia bisnis semakin ketat, tuntutan pelanggan juga semakin tinggi, mendapatkan produk murah dan berkualitas tidaklah cukup. Pelanggan juga menuntut aspek kecepatan respon, inovasi dan fleksibilitas pelayanan. Maka dari itu pemasok harus memiliki pelayanan yang baik untuk mempertahankan usahanya dalam memasok bahan baku yang dibutuhkan suatu perusahaan.

Pemasok dalam rantai pasok berhubungan langsung dengan yang diberikan yaitu pelayanan langsung kepada pelanggan dalam melakukan distribusi fisik yang dilakukan perusahaan. Menurut Tjiptono (2008) Distribusi sudah dianggap sebagai keseluruhan proses penyimpanan, penanganan, dan pengendalian barang konsumsi dari tempatnya dibuat atau tempat awalnya sampai ke titik akhir penjualan atau pemakaian.

Pemilihan pemasok dalam distribusi menjadi suatu aktivitas dalam rangka menghasilkan output yang sesuai dengan keinginan pelanggan, dimana untuk menghasilkan output dipengaruhi beberapa faktor manajemen rantai pasok yaitu lancarnya aliran barang, aliran finansial, dan aliran informasi. Salah satu perusahaan pemasok sayur yang menerapkan aliran manajemen rantai pasok yaitu perusahaan Rodeo. Perusahaan Rodeo yang masih berstatus usaha dagang yang

belum berbadan hukum, namun telah dipercaya sejak 16 tahun hingga saat ini untuk memasok produk buah dan sayur hingga hampir mencapai 1 ton setiap produk dalam 1 bulan ke perusahaan besar ritel, seperti PT Lotte Shopping, PT Lotte Mart, dan PT Hero Supermaret dalam dan luar pulau. Rantai pasok sayur perusahaan Rodeo dimulai dari petani ke petani pengepul, kemudian diproses diperusahaan Rodeo dengan pengemasan yang telah ditetapkan oleh perusahaan ritel yang bertujuan untuk menambah nilai tambah produk yang diinginkan oleh konsumen akhir. Komitmen yang telah terjalin antar perusahaan Rodeo dan perusahaan ritel harus diimbangi dengan penerapan manajemen rantai pasok yang dapat menghantarkan produk dari hulu hingga ke hilir atau sampai pada tangan konsumen dengan cepat dan tepat waktu tanpa mengurangi kualitas dan kuantitas pada suatu produk.

Peran perusahaan Rodeo sebagai pemasok sayur perusahaan ritel memiliki persaingan antar pemasok dalam memperebutkan pangsa pasar yang sangat ketat. Setiap perusahaan harus lebih selektif untuk dapat mempertahankan kualitas pelayanan dalam rantai pasok agar tetap bertahan dan laku di pasaran serta juga harus lebih berkompeten dalam manajemen rantai pasok yang berperan menghubungkan aliran finansial, aliran material dan aliran informasi hingga sampai ke mata rantai terakhir. Penjualan produk sayur Rodeo pada setiap supermarket memiliki *quantity* yang berbeda. Produksi sayur dan buah *pack*, maupun karton yang melewati proses pensortiran dan pembersihan merupakan produk sayur Rodeo yang memenuhi *standart* produk dari supermarket.

Perusahaan Rodeo yang merupakan *supplier* tetap perusahaan tentu saja harus memiliki kemampuan dalam melayani setiap kebutuhan yang diminta oleh perusahaan ritel serta memiliki upaya untuk dapat mempertahankan pelanggan, yaitu dalam pelayanan distribusi akhir produk yang memiliki hubungan erat terhadap kepercayaan pelanggan. Perusahaan ritel akan dapat mempercayai perusahaan Rodeo jika produk dapat dikirim dengan tepat waktu, tidak ada kendala mengenai pengadaan produk, pelayanan untuk menerima informasi dan memberikan informasi untuk setiap supermarket.

Penelitian ini merupakan studi penerapan manajemen rantai pasok di salah satu perusahaan dagang yakni perusahaan Rodeo Malang sebagai pemasok yang

bekerja sama dengan perusahaan ritel (supermarket) sebagai pelanggan tetap. Penelitian ini bertujuan untuk memetakan permasalahan rantai pasok sayur yang selama ini dihadapi perusahaan Rodeo khususnya berkaitan dengan pelayanan terhadap perusahaan ritel yang terjadi pada bagian hilir dalam rantai pasok. Penelitian ini penting dilakukan karena masih sedikitnya studi tentang pengaruh penerapan manajemen rantai pasok yaitu aliran finansial, aliran material dan aliran informasi, terhadap pelayanan dengan output untuk meningkatkan pelayanan pada perusahaan ritel atau supermarket.

1.2 Perumusan Masalah

Pada dasarnya pelayanan pelanggan dalam rantai pasok harus didasari dengan konsep manajemen rantai pasokan yaitu aliran finansial, aliran material dan aliran informasi, agar mencapai tingkat kepuasan terhadap pelayanan yang diberikan dalam distribusi akhir produk. Penerapan manajemen rantai pasok memiliki aliran finansial yang mengalir dari hilir ke hulu, aliran material yaitu bahan baku yang didistribusikan dari supplier ke pelanggan, sedangkan aliran informasi mengalir terjadi dari hulu ke hilir atau sebaliknya.

Pelanggan dalam hal ini merupakan perusahaan ritel akan dapat mempercayai perusahaan Rodeo jika produk dapat dikirim dengan tepat waktu dan tidak ada kendala mengenai pengadaan produk. Maka dari itu diperlukannya metode yang mampu mengintegrasikan elemen dalam rantai pasok. Tujuan dalam manajemen rantai pasok adalah pengiriman produk secara cepat dan tepat waktu, pemenuhan pesanan sesuai *standart* produk yang telah ditetapkan, demi kepuasan pelanggan. Tujuan tersebut dapat tercapai apabila antar pelaku yang terlibat dapat memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan karena adanya hubungan kerjasama dilakukan secara jangka panjang.

Saat ini perusahaan Rodeo sering menghadapi komplain dari perusahaan ritel, berkenaan dengan tidak terpenuhinya kebutuhan yang diharapkan setiap supermarket dan berkurangnya kinerja perusahaan Rodeo sebagai pemasok, serta masih adanya pengembalian barang dengan kondisi tidak memenuhi *standart* yang masih belum dapat diselesaikan oleh perusahaan Rodeo. Hal ini dikarenakan adanya ketidak optimalnya manajemen rantai pasok (aliran finansial, aliran material, dan aliran informasi) yang telah diterapkan oleh perusahaan Rodeo.

Permasalahan pelayanan ini berasal dari sumberdaya yang merupakan penggerak dalam manajemen rantai pasok. Penyelesaian untuk masalah ini harus adanya pengujian yang mendasari dalam perbaikan pelayanan kepada perusahaan ritel.

Perusahaan Rodeo dalam memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan maka harus mengevaluasi kualitas pelayanan yang dalam hal ini adalah aliran finansial, aliran material dan aliran informasi untuk mengetahui sampai mana perusahaan mampu untuk memenuhi pelayanannya terhadap pelanggan yaitu perusahaan ritel, dengan mengetahui bagaimana pengaruh penerapan manajemen rantai pasok dalam meningkatkan pelayanan kepada perusahaan ritel.

Dari uraian yang telah dijelaskan sebelumnya, maka permasalahan yang akan dibahas antar lain:

1. Bagaimana pengaruh *invoice*, pemenuhan pesanan, *return*, order, dan status pengiriman dalam meningkatkan pelayanan perusahaan Rodeo pada perusahaan ritel?
2. Bagaimana penerapan manajemen rantai pasok (aliran finansial, aliran material, dan aliran informasi) perusahaan Rodeo yang dominan berpengaruh dalam meningkatkan pelayanan pada perusahaan ritel?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian mengenai penerapan manajemen rantai pasokan terhadap peningkatan pelayanan kepada perusahaan ritel:

1. Untuk menganalisis pengaruh *invoice*, pemenuhan pesanan, *return*, order, dan status pengiriman terhadap peningkatan pelayanan pada perusahaan ritel
2. Untuk menganalisis penerapan manajemen rantai pasok (aliran barang, aliran informasi, dan aliran finansial) perusahaan Rodeo yang berpengaruh secara dominan terhadap peningkatan pelayanan pada perusahaan ritel

1.4 Kegunaan Penelitian

1. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi unit usaha dalam pengambilan keputusan yang berkaitan dengan *supply chain management* untuk meningkatkan pelayanan terhadap perusahaan ritel dan dapat bermanfaat pada masa mendatang.

2. Bagi penulis

Penelitian ini merupakan kesempatan untuk menambah pengetahuan dan pengalaman dalam penerapan manajemen rantai pasok dengan mempertimbangkan pelayanan pelanggan atas hubungan jangka panjang yang sudah terbentuk.

3. Bagi pihak lain

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berfungsi sebagai pengetahuan dan bahan perbandingan untuk penelitian selanjutnya serta untuk menambah wawasan bagi pembaca.

