

## I. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pada tahun 2010 terdapat penetapan program Indonesia Go Organik 2010 yang menjadi suatu babak baru dalam perkembangan pertanian organik di Indonesia. Program ini bertujuan untuk memajukan pertanian organik yang memerlukan perencanaan dan implementasi yang baik secara bersamaan. Selain itu, program ini dapat diharapkan untuk mengembangkan Indonesia sebagai salah satu produsen pangan organik utama di dunia (Henny, 2012). Dalam mendukung program organik yang berkaitan dengan produk hortikultura ini, maka elemen-elemen yang berkaitan dalam proses perkembangan produk harus banyak terlibat dalam manajemen sistem produk hortikultura, salah satunya yaitu sistem manajemen rantai pasok. *Supply Chain Management* sebagai kegiatan pengelolaan kegiatan-kegiatan dalam rangka memperoleh bahan mentah menjadi barang dalam proses atau barang setengah jadi dan barang jadi kemudian mengirimkan produk tersebut ke konsumen melalui sistem distribusi. Kegiatan-kegiatan ini mencakup fungsi pembelian tradisional ditambah kegiatan penting lainnya yang berhubungan antara pemasok dengan distributor (Heizer & Rander, 2004).

Pemilihan pemasok merupakan aktivitas yang kompleks, oleh karena itu diperlukan suatu metode yang tepat untuk penyelesaiannya (Wirdianto et al., 2008). Proses pemilihan pemasok bertujuan untuk menentukan pemasok yang tepat agar dapat memenuhi kebutuhan perusahaan, sehingga meminimalkan risiko kurangnya persediaan. Pemasok juga membutuhkan mitra lainnya untuk membantu proses pemasaran produknya, salah satunya yakni distributor, peran distributor yakni membantu pemasok dalam memasarkan hasil produknya agar sampai ke tangan konsumen, sehingga pemasok membutuhkan peran distribusi dalam memasarkan produknya.

Distribusi adalah suatu kegiatan untuk memindahkan produk dari pihak *supplier* ke pihak konsumen dalam suatu *supply chain* (Chopra, 2010). Distribusi terjadi di antara tahapan dari *supply chain*. Aliran bahan baku yang diperlukan berpindah dari *supplier* menuju suatu perusahaan pembuat produk dan perusahaan

tersebut akan memindahkan barang jadi yang dihasilkan ke tangan konsumen. Distribusi merupakan suatu kunci dari keuntungan yang akan diperoleh perusahaan karena distribusi secara langsung akan mempengaruhi biaya dari *supply chain* dan kebutuhan konsumen. Jaringan distribusi yang tepat dapat digunakan untuk mencapai berbagai macam tujuan dari *supply chain*, mulai dari biaya yang rendah sampai respon yang tinggi terhadap permintaan dari pelanggan (Chopra, 2010).

Menjaga hubungan kerjasama yang baik dengan para mitra perusahaan (dalam hal ini petani mitra) adalah salah satu hal penting yang patut diperhatikan oleh produsen sayuran organik mengingat keberhasilan suatu kerjasama akan dicapai melalui peningkatan kinerja perusahaan yang dilandasi dengan kondisi hubungan yang terjalin baik dengan pihak mitranya. Untuk menjaga hubungan kerjasama antara perusahaan dengan petani mitra diperlukan strategi yang dikenal dengan istilah *Supplier Relationship Management (SRM)*. SRM ini merupakan pengembangan dari CRM (*Customer Relationship Management*) sebagai strategi untuk membangun kedekatan hubungan perusahaan dengan para pemasok strategisnya sehingga dapat terjamin kesediaan bahan atau produk yang dibutuhkan oleh pelanggan. Tujuan SRM adalah untuk meningkatkan kinerja bisnis melalui penambahan berbagai atribut yang akan berpengaruh pada peningkatan hubungan dengan *supplier*. Dikatakan pula bahwa dalam membangun SRM perlu pendekatan yang integratif untuk saling mengerti dan mengoperasionalkan kinerja layanan atau kualitas layanan, mengingat perusahaan bekerja dalam suatu lingkungan jaringan yang bertujuan untuk mencapai keuntungan bersama. Sisipkan disini, yg saya beri tanda merah dibawah, sebelum rumusan masalah.

Berkaitan dengan manajemen rantai pasok hortikultura, dilihat dari sudut pandang SRM (*Supplier Relationship Management*), maka salah satu contoh daerah yang sedang melakukan pengembangan produk hortikultura yaitu Dusun Penanggung Desa Penanggung di Kabupaten Mojokerto. Di daerah ini terdapat sebuah perkumpulan petani organik dengan nama Brenjonk. Perkumpulan ini bergerak pada sektor koperasi yang menangani kegiatan pembibitan, produksi dan pengolahan produk organik yang dilakukan dengan

membuat gerakan pertanian organik, budidaya pertanian secara ekologis dengan menggunakan pupuk dan pestisida alami. Hasil produksi sayuran organik Komunitas Brenjonk ini sudah memiliki sertifikat produk organik yang berasal dari lembaga sertifikasi BIOCert yang berada di Bogor. Program pertanian organik ini sudah menyebar keempat desa dan lebih dari 110 petani yang terlibat dalam program tersebut. Salah satu produk organik yang dihasilkan Brenjonk yaitu sayuran bayam hijau, *pakchoi* hijau, *pakchoi* putih, *lettuce*, *caisim*, kangkung. Produk hortikultura yang dihasilkan oleh Brenjonk berasal dari petani mitra, selanjutnya diserahkan kepada koperasi kemudian dikirimkan ke pihak distributor untuk disalurkan ke pihak peritel.

Permasalahan umum dari pengembangan sayuran organik ini adalah petani memiliki lahan terbatas untuk pengembangan budidayanya, selain itu adanya beberapa kontrak kerjasama yang tidak dijalankan oleh kedua belah pihak yaitu antara pihak petani sebagai mitra dan Komunitas Brenjonk sebagai perusahaan.

Hubungan pemasok ini perlu diperhatikan agar perusahaan dapat memenuhi suatu kepuasan total pelanggan dengan terjaminnya kesediaan produk atau bahan yang dibutuhkan pelanggan. Karena dengan adanya para pemasok tersebut perusahaan mendapatkan persediaan barang yang akan disajikan kepada para pelanggan, sehingga kinerja layanan atau kualitas layanan dari pemasok berimplikasi terhadap kepuasan pelanggan (Najib, 2007). Oleh karena itu, perlu dilakukan penelitian untuk menganalisis rantai pasok sayuran organik pada Komunitas Brenjonk di Kabupaten Mojokerto, dari perspektif *Supplier Relationship Management* (SRM) sebagai gambaran untuk melihat kondisi rantai pasok sayuran organik di Jawa Timur.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Ketersediaan sayuran organik bersertifikat secara kontinyu bagi petani untuk melakukan kegiatan pertanian adalah kondisi yang mutlak diperlukan dalam rangka meningkatkan hasil dan kualitas produksi. Menjaga hubungan kerjasama yang baik dengan para mitra perusahaan (dalam hal ini petani mitra) adalah salah satu hal penting yang patut diperhatikan oleh produsen sayuran organik mengingat keberhasilan dalam hubungan kerjasama tidak dapat diraih begitu saja. Untuk menjaga hubungan antara perusahaan dengan petani mitra maka perlu strategi

tersendiri yang dikenal dengan istilah *Supplier Relationship Management* (SRM). Hal ini sejalan dengan yang diungkapkan oleh Gunasekaran *et al.*, (2004), bahwa syarat yang diperlukan dalam membangun kinerja manajemen rantai pasok pada produk pertanian yang baik, salah satunya adalah dengan meningkatkan kualitas kemitraan dalam rantai pasok produk pertanian/memiliki *partner* kerja yang dapat diandalkan.

Kemitraan adalah suatu kesepakatan dimana seseorang, kelompok atau organisasi untuk bekerjasama mencapai tujuan, mengambil dan melaksanakan serta membagi tugas, menanggung bersama baik yang berupa resiko maupun keuntungan, meninjau ulang hubungan masing-masing secara teratur dan memperbaiki kembali kesepakatan bila diperlukan. (Ditjen P2L & PM, 2004). Hal ini sejalan dengan kontrak kerjasama yang dijalankan oleh petani sayuran organik di Desa Penanggung dengan Komunitas Brenjonk. Namun pada kenyataannya terdapat beberapa kontrak kerjasama yang tidak dilakukan pada saat berjalannya proses kemitraan, hal ini dapat disebabkan oleh hubungan kerjasama yang dilakukan tidak sesuai dengan kontrak kerjasama yang telah disepakati oleh kedua belah pihak, seperti pembagian pupuk organik yang diberikan oleh pihak Komunitas Brenjonk serta belum adanya kesepahaman antara pihak petani mitra sayuran organik dengan Komunitas Brenjonk mengenai kontrak kerjasama yang harus disepakati. Pada akhirnya kontribusi petani mitra dirasa kurang oleh pihak perusahaan yakni Komunitas Brenjonk karena tidak sesuai dengan kontrak kerjasama yang harus dilakukan. Oleh sebab itu diperlukan pengkajian lebih lanjut mengenai persepsi petani sayuran organik dalam *Supplier Relationship Management* untuk mengetahui kebijakan yang dapat diambil sehubungan dengan sistem kemitraan yang dijalankan demi peningkatan kinerja petani sayuran organik kedepannya.

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan, maka diharapkan penelitian ini dapat menjawab pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana *Supplier Relationship Management* (SRM) menurut persepsi petani sayuran organik ditinjau dari indikator seleksi *supplier* berkualitas ?
2. Bagaimana *Supplier Relationship Management* (SRM) menurut persepsi petani sayuran organik ditinjau dari indikator integrasi *supplier* ?

3. Bagaimana *Supplier Relationship Management* (SRM) menurut persepsi petani sayuran organik ditinjau dari indikator efektifitas proses pembelian ?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan fenomena yang ada, maka tujuan dari pelaksanaan penelitian ini adalah untuk :

1. Menganalisis *Supplier Relationship Management* (SRM) menurut persepsi petani sayuran organik ditinjau dari indikator seleksi *supplier* berkualitas.
2. Menganalisis *Supplier Relationship Management* (SRM) menurut persepsi petani sayuran organik ditinjau dari indikator integrasi *supplier*.
3. Menganalisis *Supplier Relationship Management* (SRM) menurut persepsi petani sayuran organik ditinjau dari indikator efektifitas proses pembelian.

### **1.4 Kegunaan Penelitian**

Adapun kegunaan dari penelitian ini , yaitu :

1. Sebagai bahan pertimbangan bagi produsen sayuran organik dalam perbaikan kondisi rantai pasok perusahaan melalui perspektif *Supplier Relationship Management* (SRM).
2. Sebagai bahan pertimbangan bagi produsen sayuran organik dalam mengatasi masalah terkait dengan hubungan kerjasama yang terjalin dengan distributor.
3. Sebagai bahan referensi bagi penelitian selanjutnya dalam melakukan penelitian yang terkait ISCM (*Internal Supply Chain Management*) sayuran organik dan CRM (*Customer Relationship Management*)