

Manajemen rantai pasok pada produk kopi (Studi Kasus: PT. Rolas Nusantara Mandiri Surabaya)

Supply chain management on coffee product (Case Study: PT. Rolas Nusantara Mandiri Surabaya)

Muhammad Farhan Dawami, Sri Widayanti*, Risqi Firdaus Setiawan

¹Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

*Korespondensi: sriwidayanti@upnjatim.ac.id

Diterima Tanggal 26 Desember 2023, Disetujui Tanggal 29 Juli 2024

DOI: <https://doi.org/10.51978/japp.v24i2.764>

Abstrak

Persaingan bisnis di Indonesia saat ini mengalami kemajuan yang pesat. Perusahaan-perusahaan yang bergerak di sektor jasa, perdagangan, manufaktur, dan agroindustri saling bersaing untuk bertahan dan menjadi yang terbaik. Salah satu Badan Usaha Milik Negara di Indonesia yang mempunyai perkebunan kopi sendiri dan menyediakan bahan baku kopi setengah jadi adalah PTPN 12, bahan baku kopi setengah jadi tersebut kemudian diolah oleh anak perusahaannya yaitu PT. Rolas Nusantara Mandiri. Untuk meningkatkan kinerja manajemen rantai pasok, terlebih dahulu harus diidentifikasi manajemen rantai pasok perusahaan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi manajemen rantai pasok produk kopi PT. RNM. Metode analisis penelitian yang digunakan adalah analisis deskriptif dengan data primer hasil wawancara terhadap 3 responden yaitu Kepala Divisi Pemasaran, Kepala Divisi Produksi, dan Kepala Divisi Akuntansi dan SDM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaku arus barang, arus keuangan dan informasi mengenai produk kopi PT. RNM yaitu: a) *Supplier* yaitu PTPN 12, b) *Manufacture* yaitu PT. RNM, c) *Retailer* dan d) Konsumen akhir. Saluran pemasaran yang digunakan PT. RNM untuk mendistribusikan produk kopinya yaitu saluran pemasaran tingkat pertama. Aktivitas rantai pasok yang terjadi pada *supplier*, *manufacture* dan *retailer* berjalan dengan baik dan tanpa adanya hambatan yang berarti.

Kata Kunci: manajemen rantai pasok, manufaktur, retailer, supplier

Abstract

Business competition in Indonesia is currently experiencing rapid progress. Companies operating in the service, trade, manufacturing and agro-industry sectors compete with each other to survive and be the best. One of the state-owned companies in Indonesia which has its own coffee plantation and provides semi-finished coffee raw materials is PTPN 12, the semi-finished coffee raw materials are then processed by its subsidiary, namely PT. Rolas Nusantara Mandiri. To improve performance, supply chain management must first be identified. The aim of this research is to identify the supply chain management of PT coffee products. RNM. The research analysis method used is descriptive analysis with primary data from interviews with 3 respondents, namely the Head of the Marketing Division, Head of the Production Division, and Head of the Accounting and HR Division. The research results show that the actors in the flow of goods, financial flows and information about PT coffee products. RNM, namely: a) Supplier, namely PTPN 12, b) Manufacture, namely PT. RNM, c) Retailer and d) Final consumer. Marketing channels used by PT. RNM to distribute its coffee products, namely first level channels. Supply chain activities that occur at suppliers, manufacturers and retailers are running well and without any significant obstacles.

Keywords: supply chain management, supplier, manufacture, retailer

PENDAHULUAN

Persaingan bisnis di Indonesia saat ini telah mengalami kemajuan yang pesat. Banyaknya perusahaan baru yang lahir membuat persaingan dunia bisnis di Indonesia menjadi ketat. Hal ini sesuai dengan data KPPU (2022) yang menunjukkan bahwa, indeks persaingan usaha tahun 2022 akan meningkat dibanding dengan tahun 2021, dan akan masuk dalam kategori tinggi dengan nilai mencapai 4.87 dimana artinya, intensitas persaingan usaha di Indonesia juga meningkat dan semakin ketat. Pernyataan tersebut juga mendukung akan adanya potensi peningkatan indeks persaingan usaha pada tahun-tahun berikutnya. Perusahaan yang bergerak di bidang jasa, perdagangan, manufaktur, dan agroindustri saling bersaing untuk dapat bertahan dan menjadi yang terbaik.

Agroindustri berasal dari dua kata yaitu *agricultural* dan *industry* yang berarti suatu industri yang menggunakan hasil pertanian sebagai bahan baku utamanya atau suatu industri yang menghasilkan suatu produk yang digunakan sebagai sarana atau input dalam usaha pertanian (Suwandi *et al.*, 2022). Agroindustri dapat dijabarkan sebagai kegiatan industri yang memanfaatkan hasil pertanian sebagai bahan baku, merancang, dan menyediakan peralatan serta jasa untuk kegiatan tersebut (Syafuruddin *et al.*, 2021). Agroindustri merupakan sub sektor yang luas yang meliputi industri hulu sektor pertanian sampai dengan industri hilir. Industri hulu adalah industri yang memproduksi alat-alat dan mesin pertanian serta industri sarana produksi yang digunakan dalam proses budidaya pertanian, sedangkan industri hilir merupakan industri yang mengolah hasil pertanian menjadi bahan baku atau barang yang siap dikonsumsi atau merupakan industri pasca panen dan pengolahan hasil pertanian (Arifin dan Junaedi, 2016).

Menurut El Hasanah dan Isfianadewi (2019) Agroindustri merupakan suatu kegiatan industri yang memiliki keunggulan komparatif berupa penggunaan bahan baku yang berasal dari sumberdaya alam yang tersedia di dalam negeri. Selain itu, menurut Puryantoro *et al.*, (2023) menyatakan bahwa agroindustri membantu untuk mensejahterakan para pelaku yang berada pada sektor agribisnis karena membantu meningkatkan pendapatan, menyerap banyak tenaga kerja, menambah devisa serta merangsang pertumbuhan industri baru. Salah satu BUMN di Indonesia yang mempunyai kebun kopi sendiri dan menyediakan bahan baku kopi setengah jadi adalah PTPN 12, bahan baku kopi setengah jadi tersebut kemudian diolah oleh anak perusahaannya yaitu PT. Rolas Nusantara Mandiri.

PT. Rolas Nusantara Mandiri yang selanjutnya akan disebut sebagai PT. RNM berkantor pusat di Jalan Indrapura No.33A Surabaya. Perusahaan ini memiliki unit pengolahan kopi dalam kemasan yaitu UKB (Unit Kopi Bubuk) yang berada di Kabupaten Jember. Untuk meningkatkan daya saingnya, salah satu cara yang bisa dilakukan yaitu meningkatkan kinerja manajemen rantai pasok. Manajemen rantai pasok adalah sebuah sistem yang didalamnya mencakup kegiatan proses produksi, pengiriman, penyimpanan, distribusi dan penjualan produk untuk memenuhi permintaan produk tersebut. Manajemen rantai persediaan mencakup semua proses dan kegiatan yang terlibat dalam pengiriman produk ke tangan konsumen. Operasi rantai pasokan yang efisien bergantung pada aliran data yang lengkap dan akurat terkait produk yang diminta konsumen dari pedagang pengecer (Elida *et al.*, 2021).

Manajemen rantai pasok menggambarkan koordinasi semua kegiatan rantai suplai, dimulai dengan bahan baku dan diakhiri dengan pelanggan yang puas. Dengan

demikian, rantai pasok termasuk pemasok; produsen dan atau penyedia layanan; dan distributor, pedagang besar, dan atau pengecer yang mengantarkan produk dan atau layanan kepada pelanggan akhir (Heizer dan Render, 2014). Peningkatan kinerja perusahaan melalui peningkatan kinerja manajemen rantai pasok sesuai dengan penelitian Prasetyo dan Ngaini (2022) yang menyatakan bahwa manajemen rantai pasok sangat penting dan krusial untuk meningkatkan daya saing, dimana apabila dilakukan dengan optimal dapat meningkatkan efisiensi produksi. Sebelum berusaha meningkatkan kinerja perlu dilakukan identifikasi manajemen rantai pasok. Berdasarkan penjelasan diatas maka tujuan dari penelitian ini yaitu mengidentifikasi manajemen rantai pasok produk kopi di PT. RNM

BAHAN DAN METODE

Waktu dan Tempat

Penelitian ini dilakukan di PT. RNM yang berlokasi di Jl. Indrapura 33A, Surabaya, Jawa Timur pada bulan April-Juli 2023.

Populasi dan Sampel Penelitian

Penentuan lokasi ditentukan dengan cara *purposive sampling*, PT. RNM dipilih karena merupakan anak perusahaan BUMN yaitu PTPN 12 dimana PTPN 12 mempunyai kebun kopi sendiri sehingga kebutuhan bahan

baku PT. RNM bisa dengan mudah terpenuhi. Adapun objek dari penelitian ini yaitu manajemen rantai pasok produk kopi. Sedangkan subjeknya yaitu PT. RNM. Responden dari penelitian ini ditentukan dengan metode *purposive sampling*, yaitu responden yang mengetahui kegiatan kerja *supply chain* di dalam perusahaan dengan jumlah 3 orang dari Ketua Divisi Pemasaran, Ketua Divisi Produksi, dan Ketua Divisi Akuntansi dan SDM. Penentuan responden tersebut berdasarkan pertimbangan bagian dari perusahaan yang paling paham dan mengetahui rantai pasok perusahaan.

Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data primer dilakukan melalui observasi dan wawancara sedangkan data sekunder melalui buku, jurnal dan *website*.

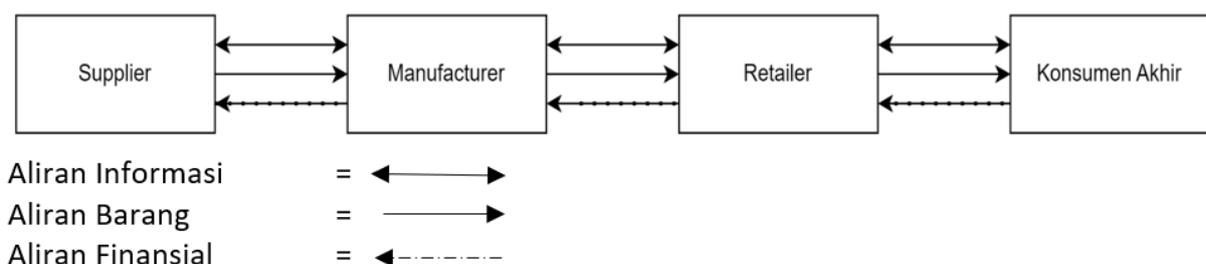
Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis deskriptif, Analisis deskriptif pada penelitian ini dilakukan untuk mendeskripsikan gambaran sistem manajemen rantai asok di perusahaan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Identifikasi Manajemen Rantai Pasok Produk Kopi PT. RNM

Setelah dilakukan wawancara dengan responden, didapatkan gambaran rantai pasok produk kopi PT. RNM sebagai berikut :



Gambar 1. Manajemen rantai pasok PT. RNM

Aktivitas Rantai Pasok

Aktivitas rantai pasok PT. RNM terdiri dari supplier, manufacture, dan retailer sebagaimana penelitian yang dilakukan oleh Prasetya *et al.*, (2019). Aktivitas dari setiap anggota rantai pasok berbeda. Berikut ini merupakan penjelasan ketiga aktivitas tersebut:

a. Aktivitas Supplier

Aktivitas dari pemasok bahan baku diantaranya adalah memanen kopi dari berbagai kebun yang dimiliki oleh PTPN 12, proses pemanenan dilakukan pada bulan Mei-September. Proses selanjutnya yaitu pengolahan biji kopi melalui pengolahan secara basah dan kering sampai menjadi green bean. Proses yang dilakukan oleh PTPN 12 ini sejalan dengan apa yang dikemukakan Achadiyah (2017) bahwa Biji kopi yang sudah siap diperdagangkan adalah berupa biji kopi kering yang sudah terlepas dari daging buah, kulit tanduk dan kulit arinya. Biji kopi yang demikian itu disebut kopi beras (*coffee beans*) atau kopi pasar (*market coffee*). Kopi beras berasal dari buah kopi basah yang disebut dengan kopi glondong, berasal dari tanaman kopi yang telah mengalami beberapa tahap proses pengolahan. Secara garis besar dan berdasarkan cara kerjanya, ada dua cara pengolahan buah kopi basah menjadi kopi beras, yaitu dengan pengolahan cara basah dan cara kering. Proses pengolahan metode basah seperti yang dijelaskan oleh Izzah *et al.*, (2018) terdiri dari penerimaan, sortasi, pulping, fermentasi, pencucian, penuntasan, pengeringan, penjemuran, uji mutu, tempering atau conditioning, pengerbusan, pengayakan, sortasi, pengemasan, pengambilan sampel uji mutu, dan pengiriman. Pengolahan Metode Basah akan memunculkan cita rasa khas kopi. Citarasa khas kopi muncul dari proses fermentasi dalam metode basah. Sebagaimana dalam penelitian yang dilakukan oleh Rosyadi *et al.*, (2022). Proses pengolahan kopi metode kering sesuai

dengan penelitian Winarno dan Perangin (2020) terdiri dari pengeringan pertama kopi, pengupasan kulit, pengeringan kedua, sortasi, penyangraian, penggilingan, dan pengemasan. Setelah dilakukan proses pengolahan maka selanjutnya pemasok melakukan proses pendistribusian bahan baku ke perusahaan sesuai dengan kesepakatan kedua belah pihak. Pengiriman yang dilakukan ke PT. RNM dilakukan pada bulan April.

b. Aktivitas Manufacture

PT. RNM menjual 3 jenis produk yaitu green bean, biji kopi sangrai, dan kopi bubuk. Setelah menerima green bean dari PTPN 12, PT. RNM melakukan uji organoleptic untuk memastikan kondisi kopi baik dan sesuai standar. Uji organoleptic ini dilakukan dengan mengukur rasa yang dipengaruhi oleh proses pengolahan kopi seperti yang dikemukakan oleh Puspitasari *et al.* (2022) bahwa cita rasa termasuk dalam sifat-sifat organoleptik yang dapat diukur dengan panca indra dan dapat dipengaruhi oleh sifat fisik, kimiawi, dan faktor-faktor agronomi dan teknologi pengolahan. Proses produksi kopi dilakukan setiap minggu, dimulai pada hari senin dan membutuhkan waktu 4 hari sehingga produk kopi bubuk siap dijual pada hari jumat. Proses produksi terdiri dari Proses pengiriman produk ke retail maupun ke konsumen akhir sesuai perjanjian kedua belah pihak.

c. Aktivitas Retailer

PT. RNM mendistribusikan produknya ke retailer yang berada di berbagai kota di Jawa Timur seperti Malang, Nganjuk, Banyuwangi, Bondowoso, Kediri, dan Jember. Retailer bisa melakukan aktivitas pengembalian produk kepada PT. RNM apabila produk yang dikirim dalam keadaan kemasan yang rusak atau produk yang sudah expired. Proses penggantian produk dilakukan dalam kurun waktu 2 minggu setelah produk dikembalikan ke PT. RNM. Proses return yang dilakukan oleh retailer ke manufacture ini sudah sesuai dengan penelitian yang

dilakukan oleh Ma'rufi (2022). Proses return ini sangat penting bagi perusahaan karena akan menentukan kepuasan pelanggan dan keuntungan perusahaan.

Rantai Pasok

PT. RNM hanya menggunakan saluran tingkat pertama dalam kegiatan pemasarannya. Pihak yang terlibat dalam saluran pemasaran yaitu supplier, manufacture, retailer, dan konsumen akhir. PTPN 12 merupakan perusahaan induk dari PT. RNM, PTPN 12 berperan sebagai supplier bahan baku kopi. PT. RNM sebagai manufacture berperan memproduksi produk kopi dari yang masih berbentuk green bean sampai menjadi produk siap jual. Jumlah pengiriman ke retail bergantung dari permintaan retail itu sendiri. Pembayaran dilakukan di awal sehingga pengiriman dilakukan apabila produk sudah terbayar. Pengiriman dilakukan menggunakan mobil box yang dimiliki oleh PT. RNM. Konsumen akhir bisa langsung membeli ke retail yang tersebar di berbagai kota di Jawa Timur.

Aliran Rantai Pasok

Aliran rantai pasok PT. RNM terdiri dari aliran barang, aliran finansial, dan aliran informasi, hal ini sudah sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Christoporos *et al.*, (2021). Adapun penjelasan tiap-tiap aliran rantai pasok adalah sebagai berikut:

1. Aliran Barang

Aliran barang atau produk yang ada di rantai pasok dimulai dari supplier bahan baku kopi yaitu PTPN 12. PT. RNM melakukan pembelian kepada PTPN 12 untuk selanjutnya melakukan proses produksi dengan mengolah bahan baku yang masih berbentuk biji kopi menjadi produk green bean, biji kopi sangrai, dan kopi bubuk. Produk kopi didistribusikan kepada retail maupun konsumen akhir dengan menggunakan alat transportasi milik perusahaan, pengiriman secara offline dilakukan jika konsumen membeli produk kopi

dengan minimal pembelian sebesar Rp500.000. Aliran barang selanjutnya adalah dari retailer ke berbagai konsumen. Selain dari hulu ke hilir aliran barang juga terjadi dari hilir ke hulu yaitu return produk yang rusak.

2. Aliran Finansial

Aliran finansial yang ada di terjadi dari hilir ke hulu yaitu konsumen, retailer, perusahaan dan ke pemasok. Aliran keuangan dari konsumen yaitu pembayaran dari konsumen kepada retailer secara tunai, pembayaran dari retailer ke perusahaan juga dilakukan secara tunai. Hal ini sejalan dengan pernyataan Hasanudin *et al.*, (2018) bahwa aliran keuangan merupakan perpindahan uang pembayaran yang dilakukan dengan dua cara yaitu kredit atau tunai kepada pemasok. Pembayaran juga dilakukan oleh PT. RNM ke PTPN 12, pembayaran dilakukan terlebih dahulu sebelum kemudian bahan baku dikirim.

3. Aliran Informasi

Aliran informasi pada rantai pasok terjadi dari hulu ke hilir maupun sebaliknya. Aliran informasi dari hulu ke hilir terjadi mulai dari PTPN 12 sebagai supplier bahan baku yang memberikan informasi tentang jumlah maupun kualitas kopi yang diproduksi. Selain itu, informasi juga didapatkan dari kondisi pasar mengenai harga bahan baku kopi sehingga PT. RNM bisa melakukan penawaran harga. Proses selanjutnya yaitu produksi kopi dengan hasil produksi yang akan di distribusikan ke retailer. Sebaliknya untuk aliran informasi dari hilir ke hulu yaitu dari penjualan kopi retailer kepada perusahaan mengenai kapasitas penjualan digunakan sebagai dasar penentuan volume penjualan selanjutnya. Informasi selanjutnya mengenai kritikan dari konsumen terhadap kualitas produk seperti kemasan yang sedikit rusak maupun tgl expired produk, agar perusahaan meningkatkan kualitas proses produksi hingga pengiriman. Aliran informasi PT. RNM berjalan dari hulu ke hilir maupun sebaliknya sesuai dengan penelitian Tjaja *et al.*, (2019) yang menyatakan bahwa aliran

barang mengalir dari hulu ke hilir. Aliran uang dan sejenisnya yang mengalir dari hilir ke hulu. Aliran informasi yang bisa terjadi dari hulu ke hilir ataupun sebaliknya.

KESIMPULAN

Pelaku aliran barang, aliran finansial dan informasi produk kopi PT. RNM yaitu: a) Supplier yaitu PTPN 12, b) Manufacture yaitu PT. RNM, c) Retailer yaitu depo pemasaran milik PT. RNM dan supermarket yang bekerja sama, dan d) Konsumen akhir. Aliran barang mengalir dari hulu ke hilir, dari supplier hingga ke konsumen dengan pengecualian bila ada return dari konsumen atau retail ke manufacture. Aliran finansial mengalir dari hilir ke hulu, mulai dari konsumen membayar produk ke retail, retailer membayar produk dari manufacture, dan manufacture membeli bahan baku dari supplier. Aliran informasi mengalir dari hulu ke hilir dan dari hilir ke hulu. Saluran pemasaran yang digunakan oleh PT. RNM untuk mendistribusikan produk kopinya saluran tingkat pertama yaitu dari PTPN 12 ke PT. RNM lalu ke retailer sampai akhirnya ke konsumen akhir. Aktivitas rantai pasok yang terjadi di supplier, manufacture, dan retailer sudah berjalan dengan baik dan tanpa ada kendala yang berarti.

DAFTAR PUSTAKA

- Achadiyah, S. (2017). Teknologi Pengolahan Kopi & Kakao. Instiper Yogyakarta
- Arifin. (2016). Pengantar Agroindustri. Bandung: CV. Mujahid Press
- Christoporos, C. (2021). *Analisis Rantai Pasok (Supply Chain) Komoditi Beras di Desa Tongoa Kecamatan Palolo Kabupaten Sigi*. Agroland: Jurnal Ilmu-ilmu Pertanian, 28(2), 166-176.
- Elida, S. (2021). *The current condition of agro-industrial supply chain management of public sago product: a case survey of Meranti Islands Regency, Indonesia*. IOP Conference Series: Earth and Environmental Science (Vol. 905, No. 1, p. 012091). IOP Publishing.
- El Hasanah, L. L. N., & Isfianadewi, D. (2019). *Diversifikasi Pangan Olahan Jagung Manis Sebagai Upaya Pengembangan Agroindustri di Desa Soropaten*. J-Dinamika: Jurnal Pengabdian Masyarakat, 4(1).
- Hasanudin, A. (2018). *Analisis manajemen dan kinerja rantai pasokan produk kaos pada industri tekstil maker garment Denpasar*. E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen, 7(8).
- Heizer, J., & Render, B. (2014). *Sustainability and Supply Chain Management*. Operations Management.
- Izzah, L. (2018). Cluster Kopi Arabika: Produk Primadona Petani Kopi Rakyat Bondowoso.
- KPPU. (2022). Laporan Tahun 2022. Komisi Pengawas Persaingan Usaha Republik Indonesia
- Ma'rufi, H. (2022). *Analisis Risiko Rantai Pasok Kopi Berkelanjutan Menggunakan Metode Weighted Failure Mode and Effect Analysis Di PT. Harta Mulia Keboen Kopi Karanganyar-De Karanganyar Koffie plantage, Blitar, Jawa Timur*. In International Conference On Islam, Law, and Society (INCOILS) 2021 (Vol. 1, No. 7).
- Prasetya, A. D. (2019). *Kinerja Manajemen Rantai Pasok (Supply Chain Management) Keripik Kentang di Industri Kecil Kota Batu*. HABITAT, 30(2), 44-53.
- Prasetyo, M. B., & Ngaini, S. N. (2022). *Pengaruh Manajemen Rantai Pasok terhadap Daya Saing Melalui Efisiensi Produksi*. Selektia Manajemen: Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen, 1(4), 209-220.
- Puryantoro. (2023). Strategi Pengembangan Agroindustri Bubuk Kopi Liberika (Coffea Liberica). CV. Intelektual Manifes Media
- Puspitasari, D. (2022). *Uji Organoleptik Tempe Dari Biji Asam (Tamarindus indica) Berdasarkan Waktu Fermentasi*. JUSTER: Jurnal Sains dan Terapan, 1(1), 8-14.
- Rosyady, M. G. R. (2022). *Pendampingan Pengolahan Metode Basah Di LMDH Argo Santoso, Desa Curapoh, Kecamatan Curahdami, Bondowoso*. Literasi: Jurnal Pengabdian

- Masyarakat dan Inovasi, 2(2), 1644-1650.
- Suwandi, A. (2022). *Peranan dan Kendala Pengembangan Agroindustri di Indonesia*. Jurnal Inovasi Penelitian, 2(10), 3185-3192.
- Syafruddin, R. F., & Darwis, K. (2021). *Ekonomi Agroindustri*. Penerbit NEM.
- Winarno, R. A., & Perangin-angin, M. I. (2020). *Karakteristik Mutu dan Fisik Biji Kopi Arabika dengan Beberapa Metoda Pengolahan di Kabupaten Simalungun Propinsi Sumatera Utara*. Agrica Ekstensia, 14(1).
- Tjaja, A. I. S. (2019). *Meminimasi Risiko pada Rantai Pasok Menggunakan Kerangka Kerja Suplly Chain Risk Management di PT. Adhi Chandra Dwiutama*. Rekayasa Hijau: Jurnal Teknologi Ramah Lingkungan, 3(1).