

Perencanaan Supply Chain Management Pada Seneca Coffe Studio

Dimas Hardiansyah^{*a}

^a Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Pelita Bangsa, Jl. Inspeksi Kalimantan No.9, Cibatu, Kec. Cikarang Pusat, Bekasi, Jawa Barat 17530

*Corresponding author: dimashardiansyah12tkr3@gmail.com

ABSTRAK

Perkembangan penjualan makanan dan minuman tumbuh dengan pesat. Salah satu minuman yang memiliki penjualan yang mengalami kenaikan yang besar adalah kopi. Dengan potensi berkembangannya penjualan kopi, maka untuk memiliki keunggulan dalam persaingan penjualan Seneca Coffee Studio perlu menerapkan Supply Chain Management. Tujuannya adalah untuk memahami proses pemilihan pemasok, perencanaan logistik, dan distribusi logistik yang diterapkan di Seneca Coffee Studio, serta bagaimana perusahaan dapat bersaing dalam industri kopi yang semakin ketat. Penelitian mencakup analisis aktivitas manajemen rantai pasokan dari pengadaan bahan baku hingga penyampaian produk akhir kepada konsumen, serta tantangan yang dihadapi Khamal Nasution dalam menjalankan bisnis coffee shop. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meningkatnya minat masyarakat terhadap kopi telah mendorong pertumbuhan bisnis coffee shop di Medan. Khamal Nasution, dengan motivasi merdeka finansial, berhasil melihat potensi keuntungan di sektor ini meskipun menghadapi tantangan persaingan yang ketat. Penerapan manajemen rantai pasokan yang efektif, termasuk pemilihan pemasok yang tepat dan perencanaan logistik, menjadi kunci keberhasilan usaha ini. Penelitian ini menyimpulkan bahwa manajemen rantai pasokan berperan penting dalam keberlangsungan bisnis kopi, seperti yang diterapkan di Seneca Coffee Studio. Keberhasilan dalam menjalankan manajemen rantai pasokan dapat meningkatkan daya saing dan efisiensi operasional, yang pada akhirnya mendukung pertumbuhan perusahaan di tengah persaingan yang semakin ketat.

Kata Kunci: Distribusi, Pemilihan Pemasok, Perencanaan, SCM (*Supply Chain Management*)

ABSTRACT

The development of food and beverage sales grew rapidly. One beverage that experienced a significant increase in sales was coffee. With the potential growth of coffee sales, Seneca Coffee Studio needed to apply Supply Chain Management to gain a competitive advantage in sales. The aim was to understand the supplier selection process, logistics planning, and logistics distribution applied at Seneca Coffee Studio, as well as how the company could compete in the increasingly competitive coffee industry. The research included an analysis of supply chain management activities, from raw material procurement to the delivery of the final product to consumers, as well as the challenges faced by Khamal Nasution in running a coffee shop business. The results showed that the increasing public interest in coffee drove the growth of the coffee shop business in Medan. Khamal Nasution, motivated by financial independence, recognized the profit potential in this sector despite facing the challenges of intense competition. The implementation of effective supply chain management, including proper supplier selection and logistics planning, was key to the success of this venture. This study concluded that supply chain management played an important role in the sustainability of coffee businesses, such as the one implemented at Seneca Coffee Studio. Success in executing supply chain management increased competitiveness and operational efficiency, ultimately supporting the company's growth amid increasingly fierce competition.

Keywords: Distribution, Planning, SCM (Supply Chain Management), Supplier Selection.

1. Pendahuluan

Kopi (*Coffea sp*) adalah jenis tanaman tropis yang menghasilkan minuman tidak beralkohol dengan kandungan kafein. Mengonsumsi kopi memiliki banyak manfaat, salah satunya kafein dapat meningkatkan metabolisme tubuh. Bagi orang-orang yang aktif di malam hari, kopi menjadi pilihan minuman yang baik karena kafeinnya dapat mengurangi rasa kantuk. Selain itu, kopi juga memiliki sifat antibakteri yang membantu dalam mengatasi berbagai masalah kesehatan (Panggabean, 2012).

Dalam era globalisasi, minat terhadap kopi semakin meningkat, yang mengakibatkan banyak outlet kopi bermunculan di seluruh Indonesia. Hal ini membuat persaingan di industri kopi semakin ketat dan memaksa perusahaan untuk menyusun strategi baru. Salah satu cara untuk bertahan dalam persaingan ini adalah dengan menerapkan manajemen rantai pasokan. Seneca Coffee Studio, yang beroperasi di industri kopi, perlu dimodernisasi dengan mengadopsi manajemen rantai pasokan, termasuk menggunakan berbagai alat manajemen operasional seperti analisis logistik dan pemilihan pemasok, seperti yang dibahas dalam penelitian ini.

Logistik didefinisikan sebagai proses strategis dalam pengelolaan pemindahan dan penyimpanan barang, suku cadang, dan produk jadi dari pemasok ke fasilitas perusahaan dan akhirnya kepada pelanggan (Bowersox, 2006:13). Logistik juga dapat diartikan sebagai proses terorganisasi yang mengatur aliran barang dari sumber pasokan ke vendor, grosir, atau distributor, hingga barang sampai ke tangan pelanggan (Levi & Weitz, 2002:329).

Menurut Gencer dan Gurpinar (dalam Kurniawati, dkk, 2013:25), pemilihan pemasok adalah salah satu faktor kunci keberhasilan perusahaan. Pemasok yang tepat dapat memastikan ketersediaan bahan baku untuk mendukung proses produksi. Proses pemilihan pemasok adalah masalah multi-kriteria, di mana setiap kriteria memiliki tingkat kepentingan yang berbeda dan informasi tentangnya seringkali tidak sepenuhnya diketahui. Mengandalkan harga terendah untuk memilih pemasok kini dianggap tidak efektif. Untuk mencapai kinerja rantai pasokan yang optimal, perlu menggabungkan berbagai faktor yang sejalan dengan tujuan perusahaan. Pemilihan pemasok yang baik tidak hanya harus mampu menyediakan material berkualitas, tepat waktu, dan dengan harga terjangkau, tetapi juga harus memberikan layanan yang optimal dalam hal responsif, komunikasi, dan informasi (Yoserizal dan Singgih, 2012:75).

Dalam menjalankan suatu bisnis agar berkelanjutan kedepannya tentunya harus memiliki manajemen rantai pasok yang baik demi keberlanjutan dan keberjalanan suatu bisnis tersebut. Perusahaan harus memiliki pemasok yang teratur dan terkontrol agar dapat memberikan hasil yang sesuai dengan sasaran perusahaan. Rantai pasok merupakan suatu jaringan yang dibangun dalam suatu bisnis, dimulai dari pemasok (supply) sampai produk tersebut sampai ketangan pembeli (konsumen). Penerapan rantai pasok sangatlah penting dalam suatu kegiatan bisnis karena dengan adanya rantai pasok yang baik maka kegiatan bisnis tersebut juga akan berjalan dengan baik. Maka dari itu perlu adanya Manajemen Rantai Pasok dalam setiap kegiatan usaha ataupun bisnis yang dijalankan.

2. Tinjauan Pustaka

Manajemen rantai pasok adalah konsep yang digunakan untuk mengelola aktivitas rantai pasok guna memaksimalkan nilai bagi pelanggan. Supply Chain Management (SCM) berfokus pada layanan yang terintegrasi, mencakup hubungan dan interkoneksi antar perusahaan, tidak hanya pada tingkat pertama tetapi juga hingga tingkat kedua. Hubungan ini melibatkan industri hulu dan hilir (Maizi & Sastra, 2020). Manajemen rantai pasok merupakan aktivitas penting bagi perusahaan karena dapat meningkatkan nilai produksi, dengan tujuan mengelola dan mengendalikan seluruh

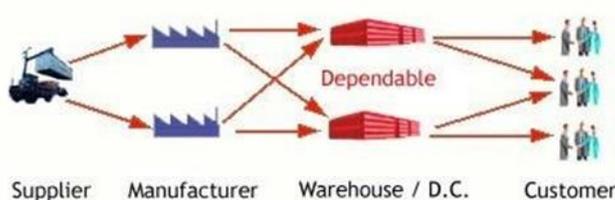
kegiatan untuk mengirimkan produk kepada pelanggan (Kusrini dkk., 2019). Secara umum, SCM mengintegrasikan aliran informasi, material, dan finansial dari hulu ke hilir untuk menghasilkan produk atau jasa yang didistribusikan secara tepat dari segi jumlah, lokasi, dan waktu (Sriwana dkk., 2021).

Rantai pasok adalah jaringan dari berbagai perusahaan yang bekerja sama untuk menciptakan dan mengantarkan produk ke konsumen (Nurhandayani & Noor, 2020). Perusahaan tersebut dapat terdiri dari pemasok, produsen, distributor, pengecer, hingga penyedia jasa logistik (Hasibuan dkk., 2018). Rantai pasok memainkan peran penting dalam meningkatkan daya saing, karena biaya terbesar suatu produk terletak pada proses ini. Tujuan utama dari rantai pasok adalah menyeimbangkan antara penawaran dan permintaan (Maizi & Sastra, 2020).

2.1 Supply Chain dan Supply Chain Management

Supply chain adalah jaringan perusahaan yang bekerja sama untuk menciptakan dan mengantarkan produk hingga sampai ke konsumen akhir. Jaringan ini melibatkan berbagai pihak, seperti pemasok, pabrik, distributor, pengecer, dan perusahaan pendukung seperti layanan logistik. Ada tiga elemen utama yang perlu dikelola dalam rantai pasok, yaitu:

1. Aliran barang dari hulu ke hilir, misalnya bahan baku yang dikirim dari pemasok ke pabrik, kemudian setelah produksi selesai, barang tersebut dikirim ke distributor, pengecer, hingga konsumen akhir.
2. Aliran uang dan transaksi keuangan yang mengalir dari hilir ke hulu.
3. Aliran informasi yang dapat mengalir dari hulu ke hilir atau sebaliknya. Rantai pasok terdiri dari berbagai komponen, seperti pemasok, titik distribusi, dan penyedia transportasi, yang berperan dalam mengantarkan produk dari bahan baku hingga sampai ke tangan pengguna akhir.



Gambar 1. Diagram Supply Chain
Sumber: Pengolahan Data, 2024



Gambar 2. Model Rantai Pasoka
Sumber: Pengolahan Data, 2024

Jika supply chain merupakan jaringan fisik yang melibatkan perusahaan-perusahaan dalam menyediakan bahan baku, memproduksi barang, dan mengirimkannya kepada pengguna akhir, maka Supply Chain Management (SCM) adalah metode, alat, atau pendekatan dalam mengelola proses tersebut. SCM menekankan pendekatan yang terintegrasi dengan semangat kolaborasi, di mana aliran produk dari pemasok, produsen, pengecer, hingga konsumen akhir dilakukan secara terpadu. Dalam konsep SCM, aktivitas dari pemasok hingga konsumen akhir dipandang sebagai satu kesatuan. Beberapa pandangan menyatakan bahwa SCM adalah metode untuk menciptakan produk yang disampaikan kepada pengguna akhir, melibatkan berbagai elemen seperti pemasok bahan baku, unit produksi, gudang, transporter, pengecer, dan akhirnya penjualan. SCM tidak hanya berfokus pada aspek internal perusahaan, tetapi juga hubungan eksternal dengan mitra bisnis.

Menurut definisi dari the Council of Logistics Management, SCM adalah koordinasi strategis dan sistematis dari fungsi-fungsi bisnis tradisional dalam suatu perusahaan serta di antara perusahaan-perusahaan di dalam supply chain untuk meningkatkan kinerja jangka panjang perusahaan individu dan supply chain secara keseluruhan.

Perusahaan dalam supply chain bertujuan untuk memuaskan konsumen dengan bekerja sama menghasilkan produk berkualitas tinggi, murah, dan tepat waktu. Persaingan saat ini bukan lagi antara satu perusahaan dengan perusahaan lainnya, melainkan antara supply chain yang satu dengan supply chain yang lain. Kolaborasi dan koordinasi antar perusahaan dalam supply chain sangat penting, namun tetap menjaga kepentingan individu masing-masing perusahaan.

Hubungan yang ideal antara perusahaan dalam supply chain sebaiknya bersifat jangka panjang untuk membangun kepercayaan dan meningkatkan efisiensi.

3. Manfaat Supply Chain Management

Secara umum, penerapan konsep Manajemen Rantai Pasokan (Supply Chain Management) dalam perusahaan memberikan beberapa manfaat (Jebarus, 2001), seperti peningkatan kepuasan pelanggan, peningkatan pendapatan, pengurangan biaya, optimalisasi pemanfaatan aset, peningkatan laba, dan pertumbuhan perusahaan.

1. Kepuasan pelanggan: Konsumen adalah target utama dari proses produksi perusahaan. Kepuasan pelanggan menjadi kunci untuk menciptakan loyalitas jangka panjang. Jika konsumen puas dengan pelayanan perusahaan, mereka akan tetap setia.
2. Peningkatan pendapatan: Bertambahnya konsumen setia dan mitra bisnis akan berdampak pada meningkatnya pendapatan perusahaan. Produk-produk yang dihasilkan akan lebih diminati dan tidak terbuang sia-sia.
3. Penurunan biaya: Integrasi aliran produk dari perusahaan ke konsumen akhir dapat mengurangi biaya distribusi.
4. Pemanfaatan aset yang lebih optimal: Aset, terutama sumber daya manusia, akan semakin terampil dan mampu memanfaatkan teknologi tinggi yang dibutuhkan dalam pelaksanaan Supply Chain Management.
5. Peningkatan laba: Dengan semakin banyaknya konsumen yang loyal, laba perusahaan akan bertambah.
6. Perkembangan perusahaan: Perusahaan yang mendapatkan keuntungan dari distribusi produknya akan tumbuh lebih besar dan lebih kuat seiring waktu.

Manfaat langsung dari penerapan Supply Chain Management meliputi:

1. Konversi bahan baku menjadi produk jadi: Supply Chain Management membantu mengubah bahan baku menjadi produk akhir yang kemudian didistribusikan

kepada konsumen, melibatkan fungsi produksi dan operasi perusahaan.

2. Mediasi pasar: Supply Chain Management memastikan bahwa produk yang disediakan sesuai dengan preferensi konsumen. Dalam fungsi ini, pemasaran memainkan peran penting dengan mengidentifikasi kebutuhan konsumen dan berkomunikasi dengan perancang produk untuk menciptakan produk yang sesuai.

Dari sisi biaya, kedua fungsi ini melibatkan berbagai ongkos:

1. Fungsi pertama berkaitan dengan biaya fisik seperti biaya material, penyimpanan, produksi, dan transportasi.
2. Fungsi kedua melibatkan biaya terkait survei pasar, perancangan produk, serta biaya yang muncul dari penyesuaian produk dengan kebutuhan konsumen, termasuk biaya penurunan harga dan biaya kekurangan pasokan (stockout cost).

3.1 Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, metode yang digunakan adalah kualitatif karena penelitian ini dilakukan dalam kondisi alami, di mana peneliti berfungsi sebagai instrumen utama. Penelitian kualitatif dimulai dengan mengumpulkan informasi dalam konteks yang wajar, yang kemudian dirumuskan menjadi generalisasi yang dapat dipahami oleh akal sehat (Sugiyono, 2010:205). Informan dalam penelitian ini adalah individu-individu yang memiliki pengetahuan atau yang terlibat langsung dengan isu yang diteliti.

3.1.1 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui proses pemilihan pemasok, perencanaan logistik, dan pendistribusian logistik pada Seneca Coffee Studio.

4. Hasil dan Pembahasan

Minum kopi kini menjadi salah satu aktivitas yang populer di Indonesia, khususnya di Kota Medan. Bahkan, budaya ngopi telah berkembang menjadi tren di masyarakat. Tingginya minat terhadap kopi mendorong banyak anak muda untuk membuka kedai kopi di Medan, salah satunya adalah Khamal Nasution, pemilik Seneca Coffee Studio di Jalan Gurilla No. 61. Khamal menjelaskan bahwa ia memulai usaha coffee shop karena melihat potensi keuntungan yang besar, seiring dengan meningkatnya jumlah orang yang memilih untuk menikmati kopi. Perkembangan industri coffee shop kini semakin pesat, mencakup seluruh rantai dari petani hingga penyajian kepada pelanggan. Kegiatan ngopi atau berkumpul telah menjadi kebutuhan masyarakat, terutama di kalangan anak muda. Khamal juga menekankan bahwa ia memberanikan diri untuk berbisnis di usia muda berkat dorongan dari dalam dirinya. Tujuan utamanya adalah untuk meraih keuntungan yang dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari, yang ia sebut sebagai merdeka finansial. Motivasi pribadi ini memberinya semangat lebih untuk mencapai kebebasan finansial melalui kewirausahaan. Namun, Khamal mengakui bahwa ia menghadapi banyak tantangan dalam menjalankan bisnisnya, terutama dalam bersaing dengan coffee shop lainnya.

Heizer & Render (2004) mendefinisikan Manajemen Rantai Pasokan (Supply Chain Management) sebagai pengelolaan aktivitas untuk mengubah bahan mentah menjadi produk dalam proses, produk setengah jadi, dan produk jadi, serta mengantarkan produk tersebut ke konsumen melalui sistem distribusi. Aktivitas ini mencakup fungsi pembelian tradisional dan kegiatan penting lainnya yang menghubungkan pemasok dengan distributor. Levi et al. (2000) menyatakan bahwa manajemen rantai pasokan adalah pendekatan untuk mencapai integrasi yang efisien antara pemasok, produsen, distributor, pengecer, dan pelanggan. Menurut Pujawan (2005), kegiatan utama dalam klasifikasi SCM meliputi:

1. Perancangan produk baru (Product Development) dan pengadaan bahan baku (Procurement).
2. Perencanaan produksi dan persediaan (Planning and Control), serta kegiatan produksi (Production).
3. Pengiriman atau distribusi.

5. Kesimpulan

Berdasarkan paragraf di atas dapat disimpulkan minum kopi telah menjadi tren di Indonesia, terutama di Kota Medan, di mana banyak anak muda membuka kedai kopi. Salah satunya adalah Khamal Nasution, pemilik Seneca Coffee Studio, yang memulai usaha ini karena melihat potensi keuntungan yang besar seiring dengan meningkatnya minat masyarakat terhadap kopi. Ia berusaha mencapai merdeka finansial melalui kewirausahaan meskipun menghadapi tantangan persaingan. Di sisi lain, manajemen rantai pasokan (Supply Chain Management) didefinisikan sebagai pengelolaan proses dari bahan mentah menjadi produk jadi dan distribusi ke konsumen, melibatkan berbagai aktivitas mulai dari perancangan produk hingga pengiriman.

Pustaka

- [1] Ariani, Desi. (2013). "Analisis Pengaruh Supply Chain Management terhadap Kinerja Perusahaan." Skripsi, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Diponegoro, Semarang.
- [2] Budiman, E. V. (2013). Evaluasi Kinerja Supply Chain pada UD. Maju Jaya di Desa Tiwoho, Kabupaten Minahasa Utara. *Jurnal Emba*, Vol. 1(4). Diakses dari <http://ejournal.unsrat.ac.id> pada 20 Februari 2014, Hal. 443-452.
- [3] Chandra, Afridel. (2013). Analisis Kinerja Distribusi Logistik Pada Pasokan Barang Dari Pusat Distribusi Ke Gerai Indomaret di Kota Semarang. *Jurnal Institusional Repository*. Diakses dari <http://eprints.undip.ac.id/40234/> pada 21 Februari 2014, Hal. 15-24.
- [4] Chopra, Sunil dan Peter Meindl. (2007). *Supply Chain Management: Strategy, Planning and Operations*, 3rd Edition. Prentice Hall.
- [5] Hesti Maheswari. (2008). *Manajemen Rantai Pasokan*, Fakultas Ekonomi, Universitas Mercubuana, Pusat Pengembangan Bahan Ajar, Jakarta.
- [6] Indrajit, Richardus Eko dan Djokopranoto. (2003). *Konsep Manajemen Supply Chain: Strategi Mengelola Manajemen Rantai Pasokan Bagi Perusahaan Modern di Indonesia*. PT Gramedia Widiasarana Indonesia, Jakarta.
- [7] Irmawati. (2007). "Pengaruh Manajemen Rantai Pasokan Terhadap Kinerja Di PTPN VIII Gunung Mas Bogor." Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Institut Pertanian Bogor.
- [8] Kurniawati, D., Yuliando, H., & Widodo, K. (2013). Kriteria Pemilihan Pemasok Menggunakan Analytical Network Process. *Jurnal Teknik Industri*, Vol. 15 (1). Diakses dari <http://puslit2.petra.ac.id/ejournal> pada 10 Februari 2014, Hal. 25-32.
- [9] Mustikasari. (2007). Fungsi Manajemen Logistik. Diakses dari <http://ondyx.blogspot.com> pada 23 Februari 2014, Hal. 1-10.
- [10] Suharto, Regina dan Devie. (2013). "Analisa Pengaruh Supply Chain Management terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja Organisasi." *Business Accounting Review*, 1 (2).
- [11] Agrawal, N., & Smith, S. A. (2008). *Retail Supply Chain Management: Quantitative Models and Empirical Studies*. Springer.
- [12] Siagian, Y. M. (2007). *Aplikasi Supply Chain Management dalam Dunia Bisnis (Cetakan II)*. Grasindo. Render, B., & Haeizer, J. (2001). *Prinsip-Prinsip Manajemen Operasi*. Salemba Empat.
- [13] Indrajit, R. E., & Djokopranoto, R. (2002). *Konsep Manajemen Supply Chain: Cara Baru Memandang Mata Rantai Penyediaan Barang*. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.
- [14] Chopra, S., & Meindl, P. (2001). *Supply Chain Management: Strategy, Planning, and Operations*. New Jersey: Prentice-Hall.
- [15] Pujawan, I. N. (2005). *Supply Chain Management*. Guna Widya.
- [16] Simchi-Levi, D., Kaminski, P., & Simchi-Levi, E. (2000). *Designing and Managing the Supply Chain: Concepts, Strategies, and Case Studies*. Irwin McGraw-Hill.
- [17] Handfield, R., & Nichols, Jr., E. L. (2002). *Supply Chain Redesign: Transforming Supply Chains into Integrated Value Systems*. New Jersey: Financial Times – Prentice Hall.
- [18] Adnan Edoudou. (n.d.). *Supply Chain Management, Logistics, Procurement - Purchasing*. Retrieved from <http://adnanedoudou.unblog.fr/tag/supply-chain-management-logistics-procurement-purchasing/>