

**ANALISIS RANTAI PASOK AGROINDUSTRI TEMPE
DI KELURAHAN GUNUNG SULAH KECAMATAN WAY HALIM
KOTA BANDAR LAMPUNG**

Skripsi

Oleh

ZAUVI NATASENA AJUSA



**JURUSAN AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
2019**

ABSTRAK

ANALISIS RANTAI PASOK AGROINDUSTRI TEMPE DI KELURAHAN GUNUNG SULAH KECAMATAN WAY HALIM KOTA BANDAR LAMPUNG

Oleh

Zauvi Natasena Ajusa

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pola aliran dan para pihak rantai pasok, kinerja rantai pasok, dan efisiensi pemasaran agroindustri tempe. Pengumpulan data dilakukan di Kelurahan Gunung Sulah, Kecamatan Way Halim, Kota Bandar Lampung dari Bulan Desember 2018 hingga Januari 2019. Penelitian ini menggunakan metode studi kasus. Penentuan sampel agroindustri menggunakan teknik *purposive sampling* dan sampel rantai pasokan menggunakan teknik *snowball sampling*. Metode analisis data yang digunakan untuk pola aliran dan para pihak rantai pasok adalah metode sistem rantai pasok, untuk analisis kinerja rantai pasok adalah *Supply Chain Operation Reference* (SCOR) 9.0 dan untuk analisis efisiensi pemasaran adalah perhitungan nilai margin, dan nilai *producer's share*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa rantai pasok agroindustri tempe terdiri dari importir kedelai, agen kedelai, pedagang besar ragi dan plastik, pengecer kedelai, ragi dan plastik, sub-agen gas, produsen kayu bakar, agroindustri tempe, pengecer tempe, dan pedagang kaki lima. Terdapat ketidakefisienan kinerja rantai pasok pada manajemen biaya metrik *Cost Of Goods Sold*(COGS) untuk produk tempe di agroindustri tempe dan manajemen aset pada metrik *Cash to Cash Cycle Time* (CTCCT) untuk produk kedelai, ragi, dan bahan bakar di agroindustri tempe. Pemasaran agroindustri tempe yang paling efisien adalah pemasaran langsung ke konsumen dengan nilai margin sebesar nol dan nilai *producer's share* sebesar 100 persen.

Kata kunci: margin, Pemasaran, *producer's share*, rantai pasok, dan SCOR

ABSTRACT

*The analysis of supply chain Tempe's Agroindustry in Gunung Sulah Village
Way Halim Sub-District Bandar Lampung City*

By

Zauvi Natasena Ajusa

This study aims to figure out the flow patterns and stakeholders of, supply chain performance of, and marketing efficiency of tempe's agroindustry. This data collection was conducted in Gunung Sulah Subdistrict, Way Halim District, Bandar Lampung City from December 2018 to January 2019. This study uses a case study method. Determination of agroindustry sample uses purposive sampling technique and for supply chain sample uses snowball sampling technique. The data analysis method used for flow patterns and stakeholders are the supply chain system method, for the analysis of supply chain performance is Supply Chain Operation Reference (SCOR) 9.0 and for marketing efficiency analysis is the calculation of margin value, and the value of producer's share. The results of this study showed that supply chain of tempe's agroindustry consisted of soybean importer, soybean agent, yeast and plastic wholesaler, soybean, yeast and plastic retailer, sub-agent of gas, producer of firewood, tempe's agroindustries, tempe retailers, and street vendors. There is an inefficiency in cost management of Cost of Goods Sold (COGS) metric for tempe products of tempe's agroindustry and asset management of Cash to Cash Cycle Time (CTCCT) metric for soybean, yeast, and fuel supply of tempe's agroindustry. The most efficient marketing of tempe's agroindustry is direct marketing to consumers with margin value is zero and producer's share value is 100 percent.

Key words: margin, marketing, producer's share, supply chain, and SCOR

**ANALISIS RANTAI PASOK AGROINDUSTRI TEMPE
DI KELURAHAN GUNUNG SULAH KECAMATAN WAY HALIM
KOTA BANDAR LAMPUNG**

Oleh

ZAUVI NATASENA AJUSA

Skripsi

Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai Gelar
SARJANA PERTANIAN

Pada

Jurusan Agribisnis
Fakultas Pertanian Universitas Lampung



**JURUSAN AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
2019**

**Judul : RANTAI PASOK AGROINDUSTRI TEMPE
DI KELURAHAN GUNUNG SULAH
KECAMATAN WAY HALIM KOTA BANDAR
LAMPUNG**

Nama Mahasiswa : Zauvi Natasena Ajusa

Nomor Pokok Mahasiswa : 1514131029

Program Studi : Agribisnis

Fakultas : Pertanian



Menyetujui

1. Komisi Pembimbing

Dr. Ir. Zainal Abidin, M.E.S.
NIP. 19610921 198703 1 003

Ir. Eka Kasymir, M.Si.
NIP. 19630618 198803 1 003

2. Ketua Jurusan Agribisnis

Dr. Teguh Endaryanto, S.P., M.Si.
NIP. 19691003 199403 1 004

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

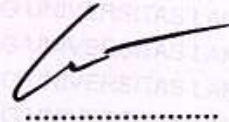
Ketua

: **Dr. Ir. Zainal Abidin, M.E.S.**



Sekretaris

: **Ir. Eka Kasymir, M.Si.**



Penguji

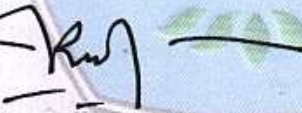
Bukan Pembimbing : **Ir. Adia Nugraha, M.S.**



2. Dekan Fakultas Pertanian



Prof. Dr. Ir. Irwan Sukri Banuwa, M.Si.
NIP. 19611020 198603 1 002



Tanggal Lulus Ujian Skripsi : **16 Mei 2019**

RIWAYAT HIDUP



Penulis dilahirkan di Palembang, 8 Januari 1997, merupakan anak pertama dari dua bersaudara pasangan Ir. Junaidi, M.M. dan Sanariah, S.Pd. Penulis menempuh pendidikan Taman Kanak-kanak (TK) di TK Taruna Jaya Kota Bandar Lampung pada tahun 2002, lulus pada tahun 2003, kemudian melanjutkan

Sekolah Dasar (SD) di SD Negeri 2 Perumnas Way Halim Kota Bandar Lampung pada tahun 2003, lulus pada tahun 2009. Penulis menempuh pendidikan Sekolah Menengah Pertama (SMP) di SMP Negeri 19 Bandar Lampung pada tahun 2009, lulus pada tahun 2012, kemudian melanjutkan pendidikan Sekolah Menengah Atas (SMA) di SMA Negeri 5 Bandar Lampung pada tahun 2012, lulus pada tahun 2015. Pada tingkat SMP dan SMA penulis aktif mengikuti Organisasi Siswa Intra Sekolah. Pada tahun 2014 penulis memperoleh prestasi di Tingkat Kota Bandar Lampung sebagai Juara pertama pada kompetisi futsal dan memperoleh peringkat keenam di Tingkat Internasional pada perlombaan *Scrabble Competition (Newbie)* di Malaysia.

Penulis terdaftar sebagai mahasiswa pada Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Lampung pada tahun 2015 melalui jalur Seleksi Nasional Masuk Perguruan Tinggi Negeri (SNMPTN). Penulis pernah aktif sebagai anggota

HIMASEPERTA periode 2015/2016, dan anggota bidang *Human Resources Department* pada UKM Eso Universitas Lampung tahun 2016. Pada tahun 2016, penulis mengikuti kegiatan *homestay* (Praktik Pengenalan Pertanian) selama 7 hari di Dusun Lugusari II, Kabupaten Pringsewu. Pada tahun 2018, penulis melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) selama 40 hari di Desa Badak Kecamatan Limau Kabupaten Tanggamus. Pada tahun 2018, penulis juga melaksanakan Praktik Umum (PU) selama 40 hari di CV. Rambang Kota Bandar Lampung.

SANWACANA

Alhamdulillah Robbil'alamin, segala puji hanya kepada Allah Subhana Wa Ta'ala yang telah memberikan rahmat, hidayah, dan inayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **Analisis Rantai Pasok Agroindustri Tempe Di Kelurahan Gunung Sulah Kecamatan Way Halim Kota Bandar Lampung**. Skripsi ini dapat terselesaikan berkat bantuan, arahan dan bimbingan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada :

1. Prof. Dr. Ir. Irwan Sukri Banuwa, M.S., selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Lampung yang telah memberikan kelancaran dalam penyelesaian skripsi.
2. Dr. Ir. Zainal Abidin, M.E.S., selaku Pembimbing Pertama dan Pembimbing Akademik atas ketulusan hati dan kesabaran, bimbingan, motivasi, arahan, nasihat, ilmu yang bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis dari awal hingga perkuliahan dan selama proses penyelesaian skripsi.
3. Ir. Eka Kasymir, M.Si., selaku Pembimbing Kedua dalam penyusunan skripsi yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat, bimbingan, motivasi, arahan, dan saran kepada penulis selama proses penyelesaian skripsi.
4. Ir. Adia Nugraha, M.S., selaku Dosen Penguji yang telah memberikan saran, arahan, dan bimbingan dalam penyempurnaan skripsi kepada penulis.

5. Dr. Teguh Endaryanto, S.P., M.Si., selaku Ketua Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Lampung.
6. Seluruh Dosen Jurusan Agribisnis atas semua ilmu dan bimbingan yang telah diberikan selama penulis menempuh ilmu di Fakultas Pertanian Universitas Lampung.
7. Orang tuaku tercinta, Umi Sanariah S.Pd., dan Abi Ir. Junaidi, M.M., yang selalu memberikan semangat, dukungan dan do'a yang tiada hentinya serta menyempatkan waktu menjadi pembimbing ketiga untuk kesuksesan penulis, dan adik Retno Dwi Permata Ajusa yang selalu memberikan do'a, motivasi dan dorongan kepada penulis dalam penyelesaian skripsi.
8. Maharani Sukmadewi, untuk segala do'a, motivasi, semangat, dan hiburan singkat berharga yang diberikan kepada penulis selama proses menyelesaikan skripsi.
9. Seluruh karyawan dan staf di Jurusan Agribisnis atas segala bantuan yang telah diberikan kepada penulis.
10. Bapak Sapdo, Bapak Bejo, dan Bapak Mujimsn selaku pemilik agroindustri tempe yang telah memberikan informasi terkait penelitian penulis.
11. Sanjungan Salim Hidayat, Bagus Lujeng Pangestu, Alifia Marsya Aisy, Nanda Aprilia, Tiya Ayu Lestari dan Elsa Fitriana, teman seperjuangan yang selalu memberikan semangat dan bantuan dalam proses perencanaan, pelaksanaan dan penyusunan skripsi.
12. Roni, Iqbal, Ajay, Rizqy, Thomas, Intan, Mutiara, Dinda, Ervina, Adem, Azizah, Brigita, Devita, Desti, Desva, Dewi, Dian, Fitri, Jihan, Lulu'ul, Melda, Nyoman, Paul, Putri, Rafita, Rama, Rara, Reksi, Ria, Rina, Titis A,

Titis W, Wayan, Yuni, dan Via yang telah bersama-sama berjuang dikelas Agribisnis A selama empat tahun.

13. Kak Fabi, Kak Eka, dan Kak Uuk yang senantiasa memberikan informasi, bantuan dan dukungan kepada penulis.
14. Keluarga besar Agribisnis angkatan 2015 yang tidak bisa disebutkan satu persatu, saya ucapkan terima kasih atas bantuan dan kerjasamanya selama melaksanakan penulisan skripsi.
15. AGB 2011, 2012, 2013, 2014 dan 2016 yang memberikan dukungan dan motivasi kepada penulis.
16. Untuk Sahabat-sahabatku Tiara Dewi, Rafi Riyaldi, Arief Laksana, Desvia Avisina, Mela Mardayanti dan Triani Kusuma Putri yang telah memberikan semangat dan motivasi kepada penulis.
17. Almamater tercinta dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah membantu penulis dalam penyelesaian skripsi.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, akan tetapi semoga tugas akhir yang sederhana ini dapat berguna dan bermanfaat bagi banyak pihak di masa yang akan datang. Semoga Allah Subhana Wa Ta'ala membalas budi baik berbagai pihak atas segala yang telah diberikan kepada penulis.

Bandar Lampung, Juni 2019

Penulis,

Zauvi Natasena Ajusa

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR ISI	i
DAFTAR TABEL	ii
DAFTAR GAMBAR	iii
 I. PENDAHULUAN	 1
A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
 II. TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	 7
A. Tinjauan Pustaka	7
1. Rantai Pasok	7
2. Manajemen Rantai Pasok	8
3. Stakeholder	9
4. Kinerja Rantai Pasok	10
5. Manajemen Persediaan	11
6. Pemasaran	12
7. Kelembagaan dan Saluran Pemasaran	14
8. Efisiensi Pemasaran	17
9. Kedelai	18
10. Agroindustri	19
11. Agroindustri Tempe	19
B. Kajian Penelitian Terdahulu	21
C. Kerangka Pemikiran	22
D. Hipotesis	25
 III. METODE PENELITIAN	 26
A. Metode Penelitian	26
B. Konsep Dasar dan Batasan Operasional	26
1. Konsep Dasar	26
2. Batasan Operasional	31
C. Lokasi Penelitian, Responden, dan Waktu Penelitian	32
D. Jenis Data dan Metode Pengumpulan Data	34
E. Metode Analisis Data	34
1. Metode Analisis Tujuan Pertama	34

2. Metode Analisis Tujuan Kedua	35
3. Metode Analisis Tujuan Ketiga	36
4. Metode Uji Hipotesis	38
IV. GAMBARAN UMUM	39
A. Keadaan Umum Daerah Penelitian	39
B. Topografi Daerah Penelitian	40
C. Demografi Daerah Penelitian	40
1. Demografi berdasarkan umur	40
2. Demografi berdasarkan tingkat pendidikan	41
3. Demografi berdasarkan mata pencaharian	42
D. Sarana dan Prasarana	43
E. Gambaran Agroindustri Tempe	43
V. HASIL DAN PEMBAHASAN	45
A. Keadaan Umum Responden	45
B. Agroindustri Tempe	48
1. Pengadaan Bahan Baku	48
2. Pengadaan Bahan Pendukung	49
3. Modal	49
4. Tenaga Kerja	49
5. Pengolahan Tempe	50
6. Bauran Pemasaran	51
C. Stakeholder	52
D. Pola Rantai Pasok	54
E. Kinerja Rantai Pasok	59
1. Kinerja Rantai Pasok Kedelai	59
2. Kinerja Rantai Pasok Ragi	60
3. Kinerja Rantai Pasok Plastik	61
4. Kinerja Rantai Pasok Bahan Bakar	62
5. Kinerja Rantai Pasok Tempe	63
F. Efisiensi Pemasaran	65
G. Pengujian Hipotesis	75
VI. SIMPULAN DAN SARAN	78
A. Simpulan	78
B. Saran	79

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Persebaran dan kebutuhan kedelai Agroindustri Tahu Tempe Anggota Kopti Kota Bandar Lampung.....	2
2. Komposisi kimia kedelai dan tempe per 100 gr bahan	20
3. Kajian Penelitian Terdahulu	22
4. Batasan operasional pola rantai pasok	31
5. Batasan operasional efisiensi pemasaran	31
6. Batasan operasional kinerja rantai pasok	32
7. Data pelaku agroindustri tempe di Kelurahan Gunung Sulah Kecamatan Way Halim Kota Bandar Lampung.....	33
8. Parameter atribut dan metrik kinerja rantai pasok	35
9. Luas penggunaan lahan di Kelurahan Gunung Sulah tahun 2018.....	40
10. Jumlah penduduk berdasarkan golongan umur di Kelurahan Gunung Sulah tahun 2018	41
11. Jumlah penduduk berdasarkan tingkat pendidikan di Kelurahan Gunung Sulah tahun 2018	41
12. Jumlah penduduk berdasarkan mata pencaharian di Kelurahan Gunung Sulah tahun 2018	42
13. Sarana dan prasarana di Kelurahan Gunung Sulah tahun 2018.....	43
14. Sebaran Usia Responden Sistem Rantai Pasok Agroindustri Tempe di Kelurahan Gunung Sulah Kecamatan Way Halim Kota Bandar Lampung.....	45
15. Sebaran Tingkat Pendidikan Responden Sistem Rantai Pasok Agroindustri Tempe di Kelurahan Gunung Sulah Kecamatan Way Halim Kota Bandar Lampung.....	46
16. Sebaran Pengalaman Usaha Responden Sistem Rantai Pasok Agroindustri Tempe di Kelurahan Gunung Sulah Kecamatan Way Halim Kota Bandar Lampung.....	47
17. Sebaran Tanggungan Keluarga Responden Sistem Rantai Pasok Agroindustri Tempe di Kelurahan Gunung Sulah Kecamatan Way Halim Kota Bandar Lampung.....	48
18. Data aktual kinerja rantai pasok kedelai Agroindustri Tempe Kelurahan Gunung Sulah Kecamatan Way Halim Kota Bandar Lampung.....	59
19. Data aktual kinerja rantai pasok ragi Agroindustri Tempe Kelurahan Gunung Sulah Kecamatan Way Halim Kota Bandar Lampung.....	60

20. Data aktual kinerja rantai pasok plastik Agroindustri Tempe Kelurahan Gunung Sulah Kecamatan Way Halim Kota Bandar Lampung.....	62
21. Data aktual kinerja rantai pasok bahan bakar Agroindustri Tempe Kelurahan Gunung Sulah Kecamatan Way Halim Kota Bandar Lampung.....	63
22. Data aktual kinerja rantai pasok tempe Agroindustri Tempe Kelurahan Gunung Sulah Kecamatan Way Halim Kota Bandar Lampung.....	64
23. Margin dan <i>producer's share</i> pemasaran tempe saluran I pada Agroindustri Tempe Skala Besar Kelurahan Gunung Sulah Kecamatan Way Halim Kota Bandar Lampung.....	66
24. Margin dan <i>producer's share</i> pemasaran tempe saluran II pada Agroindustri Tempe Skala Besar Kelurahan Gunung Sulah Kecamatan Way Halim Kota Bandar Lampung.....	67
25. Margin dan <i>producer's share</i> pemasaran tempe saluran III pada Agroindustri Tempe Skala Besar Kelurahan Gunung Sulah Kecamatan Way Halim Kota Bandar Lampung.....	68
26. Margin dan <i>producer's share</i> pemasaran tempe saluran I pada Agroindustri Tempe Skala Sedang Kelurahan Gunung Sulah Kecamatan Way Halim Kota Bandar Lampung.....	70
27. Margin dan <i>producer's share</i> pemasaran tempe saluran II pada Agroindustri Tempe Skala Sedang Kelurahan Gunung Sulah Kecamatan Way Halim Kota Bandar Lampung.....	71
28. Margin dan <i>producer's share</i> pemasaran tempe saluran III pada Agroindustri Tempe Skala Sedang Kelurahan Gunung Sulah Kecamatan Way Halim Kota Bandar Lampung.....	72
29. Margin dan <i>producer's share</i> pemasaran tempe pada Agroindustri Tempe Skala Kecil Kelurahan Gunung Sulah Kecamatan Way Halim Kota Bandar Lampung.....	74
30. Analisis Efisiensi Pemasaran dari Masing-Masing Saluran Pemasaran Agroindustri Tempe Skala Besar di Kelurahan Gunung Sulah Kecamatan Way Halim Kota Bandar Lampung.....	76
31. Analisis Efisiensi Pemasaran dari Masing-Masing Saluran Pemasaran Agroindustri Tempe Skala Sedang di Kelurahan Gunung Sulah Kecamatan Way Halim Kota Bandar Lampung.....	76
32. Analisis Efisiensi Pemasaran dari Masing-Masing Saluran Pemasaran Agroindustri Tempe Skala Kecil di Kelurahan Gunung Sulah Kecamatan Way Halim Kota Bandar Lampung.....	77
33. Identitas responden agroindustri tempe di Kelurahan Gunung Sulah Kecamatan Way Halim Kota Bandar.....	87
34. Identitas responden importir	87
35. Identitas pedagang besar	87

36. Identitas responden agen	87
37. Identitas responden pedagang pengecer bahan baku dan bahan pendukung.....	87
38. Identitas responden produsen bahan pendukung.....	87
39. Identitas responden pedagang pengecer tempe.....	88
40. Identitas responden pedagang kaki lima.....	88
41. Stakeholder rantai pasok agroindustri tempe Di Kelurahan Gunung Sulah Kecamatan Way Halim Kota Bandar Lampung.....	89
42. Penyusutan (aset) alat-alat pengolahan agroindustri tempe skala besar.....	91
43. Penggunaan tenaga kerja pada pengolahan agroindustri tempe skala besar.....	91
44. Biaya saprodi pada agroindustri tempe skala besar.....	92
45. Penerimaan agroindustri tempe skala besar.....	93
46. Pemasaran agroindustri tempe skala besar.....	94
47. Nilai kinerja rantai pasok agroindustri tempe skala besar.....	95
48. Kinerja siklus waktu (OFCT) dan siklus keuangan (CTCCT agroindustri tempe skala besar.....	95
49. Kinerja rantai pasok aset manajemen (CoGS) agroindustri tempe skala besar.....	96
50. Pemasaran agroindustri tempe skala besar.....	97
51. Penyusutan (aset) alat-alat pengolahan agroindustri tempe skala sedang.....	98
52. Penggunaan tenaga kerja pada pengolahan agroindustri tempe skala sedang.....	98
53. Biaya saprodi pada agroindustri tempe skala sedang.....	99
54. Penerimaan agroindustri tempe skala sedang.....	100
55. Pemasaran agroindustri tempe skala sedang.....	101
56. Nilai kinerja rantai pasok agroindustri tempe skala sedang.....	102
57. Kinerja siklus waktu (OFCT) dan siklus keuangan (CTCCT) agroindustri tempe skala sedang.....	102
58. Kinerja rantai pasok aset manajemen (CoGS) agroindustri tempe skala sedang.....	103
59. Pemasaran agroindustri tempe skala sedang.....	104
60. Penyusutan (aset) alat-alat pengolahan agroindustri tempe skala kecil.....	105
61. Penggunaan tenaga kerja pada pengolahan agroindustri tempe skala kecil.....	105
62. Biaya saprodi pada agroindustri tempe skala kecil.....	106
63. Penerimaan agroindustri tempe skala kecil.....	107
64. Pemasaran agroindustri tempe skala kecil.....	108
65. Nilai kinerja rantai pasok agroindustri tempe skala kecil.....	109
66. Kinerja siklus waktu (OFCT) dan siklus keuangan (CTCCT) agroindustri tempe skala kecil.....	109
67. Kinerja rantai pasok aset manajemen (CoGS) agroindustri tempe skala kecil.....	110
68. Pemasaran agroindustri tempe skala kecil.....	111

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Kerangka pemikiran rantai pasok Agroindustri Tempe Kelurahan Gunung Sulah Kecamatan Way Halim Kota Bandar Lampung.....	24
2. Bagan pengolahan Agroindustri Tempe di Kelurahan Gunung Sulah Kecamatan Way Halim Kota Bandar	50
3. Pola alir rantai pasok bahan baku kedelai ke Agroindustri Tempe di Kelurahan Gunung Sulah Kecamatan Way Halim Kota Bandar Lampung.....	55
4. Pola alir rantai pasok bahan pendukung ragi dan plastik ke Agroindustri Tempe di Kelurahan Gunung Sulah Kecamatan Way Halim Kota Bandar Lampung.....	56
5. Pola alir rantai pasok bahan pendukung gas 3kg ke Agroindustri Tempe di Kelurahan Gunung Sulah Kecamatan Way Halim Kota Bandar Lampung.....	57
6. Pola alir rantai pasok bahan pendukung kayu bakar ke Agroindustri Tempe di Kelurahan Gunung Sulah Kecamatan Way Halim Kota Bandar Lampung.....	57
7. Pola alir rantai pasok dari hulu ke hilir pada Agroindustri Tempe di Kelurahan Gunung Sulah Kecamatan Way Halim Kota Bandar Lampung.....	58
8. Pola alir saluran pemasaran Agroindustri Tempe Skala Besar.....	65
9. Pola alir saluran pemasaran Agroindustri Tempe Skala Sedang.....	69
10. Pola alir saluran pemasaran Agroindustri Tempe Skala Kecil.....	73

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kegiatan ekonomi industri dari sektor pertanian yaitu agroindustri. Menurut Saragih (2001), agroindustri merupakan salah satu bentuk industri hilir yang berbahan baku produk pertanian dan menekankan pada produk olahan dalam suatu perusahaan atau industri. Agroindustri membutuhkan bahan baku untuk diolah dan menghasilkan suatu produk yang lebih bernilai. Salah satu produk olahan hasil pertanian adalah tempe yang berbahan baku kedelai.

Kedelai merupakan tanaman pangan utama setelah padi dan jagung yang kaya akan protein. Berdasarkan Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian (2017) Konsumsi kedelai oleh masyarakat Indonesia lima tahun terakhir (2012-2016) relatif stagnan, rata-rata sebesar 8,29 kilogram/kapita/tahun dan cenderung meningkat yakni sebesar 0,76% per tahun. Pada tahun 2016 konsumsi kedelai sebesar 8,76% kilogram/kapita/tahun, meningkat 3,87% dari tahun sebelumnya sebesar 8,43% kilogram/kapita/tahun. Masyarakat Indonesia mengkonsumsi kedelai saat produk sudah diolah menjadi produk seperti tahu, kecap, susu kedelai dan tempe. Industri pengolahan kedelai menjadi suatu produk yang lebih bernilai sudah banyak dilakukan baik di daerah pedesaan maupun di daerah perkotaan yang salah satunya adalah agroindustri tempe di

Kelurahan Gunung Sulah Kecamatan Way Halim Kota Bandar Lampung.

Persebaran agroindustri tahu tempe di Kota Bandar Lampung dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Persebaran dan kebutuhan kedelai Agroindustri Tahu Tempe Anggota Kopti Kota Bandar Lampung per Oktober 2018

No	Lokasi/Kelurahan	Jumlah Agroindustri	Kebutuhan Kedelai Perbulan (Kg)
1	Gunung Sulah	101	172.200
2	Gedung Pakuon	34	111.020
3	Mekar Sari	62	168.280
4	Kampung Sawah	67	252.280
5	Kampung Surabaya	8	30.800
Total		272	734.580

Sumber : Pengurus Kopti Kota Bandar Lampung, 2018

Tabel 1 menunjukkan bahwa Kelurahan Gunung Sulah merupakan sentra agroindustri tahu tempe di Kota Bandar Lampung, dengan jumlah agroindustri sebanyak 101 pengrajin yang diantaranya terdapat hanya 27 agroindustri tempe. Kebutuhan kedelai per bulan agroindustri di Kelurahan Gunung Sulah merupakan kebutuhan kedelai terbanyak kedua setelah agroindustri di Kelurahan Kampung Sawah. Kebutuhan kedelai dapat dipenuhi melalui pihak pemasok melalui berbagai macam pihak lembaga perantara, aliran pemenuhan kebutuhan kedelai melalui berbagai pihak tersebut disebut rantai pasok.

Menurut Indrajit dan Djokopranoto (2002), rantai pasok adalah suatu sistem tempat organisasi menyalurkan barang produksi dan jasanya kepada para pelanggannya. Rantai ini juga merupakan jaringan atau jejaring dari berbagai organisasi yang saling berhubungan dan mempunyai tujuan yang sama, yaitu sebaik mungkin menyelenggarakan pengadaan atau penyaluran barang

tersebut. Agroindustri tempe Kelurahan Gunung Sulah Kecamatan Way Halim Kota Bandar Lampung melibatkan berbagai pihak dalam memenuhi kebutuhan bahan bakunya. Berdasarkan informasi *ex-anggota* Primer Koperasi Tahu Tempe Indonesia (Primkopti) Kota Bandar Lampung kebutuhan bahan baku biasanya dipenuhi oleh pihak Primkopti Kota Bandar Lampung, namun sejak Tahun 2012 pemenuhan bahan baku agroindustri tempe melalui pihak koperasi sudah tidak berjalan dengan baik, sehingga agroindustri tempe mencari pihak lain untuk memenuhi kebutuhan bahan baku tempe. Peranan pihak rantai pasok untuk pemenuhan kebutuhan bahan baku perlu melakukan manajemen yang baik, agar hubungan dan kerjasama antara agroindustri tempe dan pemasok dapat terjalin dalam waktu yang panjang.

Konsep manajemen rantai pasok menekankan pada pola yang terintegrasi dalam proses aliran produksi mulai dari bahan mentah sampai produk tiba di tangan konsumen. Aktivitas yang terjadi sepanjang proses tersebut adalah suatu kesatuan yang perlu dipastikan kelancaran alirannya tanpa pembatas atau penyekat sehingga mekanisme informasi berlangsung secara transparan tanpa reduksi di salah satu mata rantai (Sherlywati, 2018). Manajemen rantai pasok dilatarbelakangi oleh kesadaran akan pentingnya peran semua pihak dalam menciptakan produk yang murah, berkualitas dan cepat. Dalam manajemen rantai pasok juga melibatkan pihak-pihak eksternal seperti pemasok yang terlibat dan dituntut untuk memiliki kinerja yang bagus agar berjalan dengan baik, dengan memilih pemasok yang tepat maka perusahaan akan terhindar dari kekosongan atau kerusakan barang (Indrajit dan Djokopranoto, 2002).

Agroindustri tempe di Kelurahan Gunung Sulah Kecamatan Way Halim Kota Bandar Lampung masih mengeluhkan pengadaan bahan baku terkait kinerja pihak pemasok yang masih memiliki kekurangan seperti keterlambatan datangnya pesanan dan adanya pengurangan satu sampai dua kilogram kedelai ditiap karung yang diterima oleh agroindustri tempe. Pengelolaan setiap saluran rantai pasok agroindustri tempe Kelurahan Gunung Sulah Kecamatan Way Halim Kota Bandar Lampung dimulai dari pengadaan bahan baku kedelai, pengolahan kedelai menjadi tempe hingga di distribusikan ke konsumen akhir perlu diperhatikan. Hal tersebut dilakukan untuk terciptanya keefisienan rantai pasok pada agroindustri tempe. Rantai pasok yang tidak berjalan dengan baik dapat diminimalisir dengan dilakukannya pengukuran kinerja rantai pasok itu sendiri.

Pengukuran kinerja rantai pasok akan memberikan peluang besar untuk memperbaiki dan mengembangkan manajemen rantai pasok pada semua industri (Bolstorff dan Rosenbaum, 2003). Pengukuran dan evaluasi kinerja manajemen serta efisiensi rantai pasok agroindustri tempe Kelurahan Gunung Sulah Kecamatan Way Halim Kota Bandar Lampung perlu dilakukan agar sistem rantai pasok yang menghubungkan agroindustri tempe dengan para pemasok lebih optimal dan efisien. Keefisienan manajemen rantai pasok akan membantu agroindustri tempe dalam mencapai tujuan industri secara luas yaitu unggul dalam persaingan dengan produk yang berkualitas. Persaingan produk tempe yang berkualitas harus disertai dengan pemasaran yang baik oleh agroindustri.

Pemasaran dapat meningkatkan pendapatan produsen dan lembaga-lembaga atau mata rantai penyaluran produk tempe. Selain itu pemasaran juga mampu membantu produk tempe dalam mencukupi kebutuhan konsumen. Salah satu indikator keberhasilan pemasaran tempe adalah sistem pemasaran yang berlangsung secara efisien dan mampu mengalirkan produk dengan biaya seminimal mungkin, tingkat harga dan keuntungan yang baik. Pemasaran agroindustri tempe di Kelurahan Gunung Sulah Kecamatan Way Halim Kota Bandar Lampung sejauh ini memiliki beberapa tujuan atau saluran pemasaran dan masih menggunakan lembaga perantara yang cukup panjang untuk memasarkan produknya. Pengukuran keefisienan dari tiap saluran pemasaran agroindustri tempe dibutuhkan, agar agroindustri tempe mengetahui saluran pemasaran manakah yang efisien dan baik untuk dilakukan.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka dapat diidentifikasi permasalahan penelitian sebagai berikut.

1. Bagaimana pola alir dan para pihak rantai pasok agroindustri tempe di Kelurahan Gunung Sulah, Kecamatan Way Halim, Kota Bandar Lampung?
2. Bagaimana kinerja rantai pasok pada Agroindustri Tempe di Kelurahan Gunung Sulah, Kecamatan Way Halim, Kota Bandar Lampung?
3. Bagaimana saluran pemasaran pada Agroindustri Tempe di Kelurahan Gunung Sulah, Kecamatan Way Halim, Kota Bandar Lampung?

C. Tujuan

Berdasarkan perumusan masalah yang telah dikemukakan, maka penelitian ini memiliki tujuan antara lain:

1. Mengetahui pola alir dan para pihak terkait rantai pasok pada Agroindustri Tempe di Kelurahan Gunung Sulah, Kecamatan Way Halim, Kota Bandar Lampung.
2. Mengetahui kinerja rantai pasok Agroindustri Tempe di Kelurahan Gunung Sulah, Kecamatan Way Halim, Kota Bandar Lampung.
3. Mengetahui saluran pemasaran yang efisien Agroindustri Tempe di Kelurahan Gunung Sulah, Kecamatan Way Halim, Kota Bandar Lampung.

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat sebagai berikut.

1. Bahan pertimbangan bagi agroindustri tempe untuk meningkatkan kinerja rantai pasok yang belum mencapai target.
2. Bahan referensi bagi peneliti lain untuk melanjutkan penelitian sejenis dengan metode *Supply Chain Operation Reference* (SCOR) 10.0.
3. Bagi pemerintah sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan terkait penyediaan sarana dan prasarana agar agroindustri tempe dapat meningkatkan kinerja rantai pasoknya.

II. TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

A. Tinjauan Pustaka

1. Rantai Pasok

Rantai pasok adalah suatu sistem tempat organisasi menyalurkan barang produksi dan jasanya kepada para pelanggannya. Rantai ini juga merupakan jaringan atau jejaring dari berbagai organisasi yang saling berhubungan dan mempunyai tujuan yang sama, yaitu sebaik mungkin menyelenggarakan pengadaan atau penyaluran barang tersebut (Indrajit dan Djokopranoto, 2002).

Rantai pasok digunakan untuk menggambarkan pengelolaan aliran materi, informasi, dan keuangan di seluruh rantai pasokan. Rantai pasok melibatkan penyalur suatu bahan baku mentah menjadi produk yang bernilai dimulai dari pemasok kemudian ke produsen komponen, pembuat produk dan distributor (gudang-gudang dan pengecer), dan akhirnya ke konsumen. Deskripsi ini berbicara tentang mengelola tiga bagian secara fisik, informasi, dan keuangan di sepanjang rantai, dan juga mengenai pentingnya pelanggan. Dalam praktik bisnis yang modern, aliran keempat, yaitu, membalikkan aliran materi secara fisik atau membalikkan logistik adalah semakin penting (Chandrasekaran dan Raghuram, 2014) .

2. Manajemen Rantai Pasok

Menurut Arif (2018), manajemen rantai pasok adalah sebagai sebuah rantai suplai, rantai pasokan, jaringan logistik atau jaringan suplai adalah sebuah sistem terkoordinasi yang terdiri atas organisasi, sumber daya manusia, aktivitas, informasi, dan sumber-sumber daya lainnya yang terlibat secara bersama-sama dalam memindahkan suatu produk atau jasa baik dalam bentuk fisik maupun virtual dan suatu pemasok kepada pelanggan.

Menurut Chandrasekaran dan Raghuram (2014), rantai pasokan berfokus pada pengelolaan jaringan organisasi dan kegiatan mereka untuk memenuhi tuntutan pelanggan utama dari perusahaan fokus dalam lingkungan yang dinamis. Manajemen rantai pasok adalah integrasi proses bisnis utama untuk melayani pelanggan. Selama proses ini, nilai ditambahkan ke barang dan jasa langsung dari pemasok asli ke masing-masing produsen dan perantara lainnya dalam rantai sampai mereka mencapai pelanggan akhir. Sambil mengelola proses-proses ini, fokusnya juga pada penyediaan nilai bagi semua pemangku kepentingan. Proses bisnis ini tidak terbatas pada pembelian, pergerakan, penyimpanan, dan integrasi mereka. Beberapa istilah menarik seperti pemasok asli dan nilai tambah bagi pelanggan dan pemangku kepentingan juga harus dipertimbangkan.

Aktivitas utama dalam rantai pasok ada 4 yaitu perencanaan, sumber, membuat, dan pengiriman (Gunasekaran, 2004). Keempat aktivitas memiliki definisi sebagai berikut:

a. Perencanaan

Proses yang menyeimbangkan permintaan dan penawaran agregat untuk membangun jalan terbaik dari tindakan yang memenuhi aturan bisnis yang ditetapkan.

b. Sumber

Proses yang melakukan pengadaan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan yang direncanakan atau aktual.

c. Membuat

Proses yang mengubah barang ke tahap penyelesaian untuk memenuhi kebutuhan yang direncanakan atau aktual.

d. Pengiriman

Proses yang menyediakan barang jadi dan jasa, termasuk manajemen pemesanan, manajemen transportasi, dan manajemen gudang, untuk memenuhi kebutuhan yang direncanakan atau aktual.

3. *Stakeholder*

Stakeholder adalah individu, kelompok atau organisasi, perempuan maupun laki-laki yang memiliki kepentingan, terlibat atau terpengaruh (positif ataupun negatif) dari suatu aktivitas atau proyek. *Stakeholder* sangat penting karena dapat memberikan dukungan atau melestarikan suatu aktivitas (Hisyam, 2003).

Stakeholder dapat dibagi kepada *stakeholder* primer dan *stakeholder* sekunder. *Stakeholder* primer merupakan kelompok yang jika mereka tidak dilibatkan secara berkelanjutan, maka akan berakibat buruk kepada keberadaan perusahaan dalam jangka waktu yang lama. Kelompok terdiri dari pemegang saham, manager, pekerja, pengguna, distributor dan juga *stakeholder* publik yang terdiri daripada pemerintah dan komunitas yang menyediakan infrastruktur yang berhubungan langsung dengan kepentingan perusahaan. Ketergantungan diantara *stakeholder* primer dan perusahaan adalah sangat vital terhadap keberadaan perusahaan dalam melaksanakan aktivitas bisnis. *Stakeholder* sekunder pula merupakan kelompok yang tidak mempunyai hubungan secara langsung dengan aktivitas perusahaan, akan tetapi keberadaannya dapat memberikan efek positif atau negatif bagi aktivitas perusahaan (Yusuf, 2017).

4. Kinerja Rantai Pasok

Menurut Hertz (2009), istilah kinerja mengacu pada hasil *output* dan sesuatu yang dihasilkan dari proses suatu produk yang dapat dinyatakan dalam istilah finansial dan nonfinansial. Ruky (2001) berpendapat bahwa pengukuran kinerja adalah membandingkan antara hasil yang sebenarnya diperoleh dengan yang direncanakan, dengan kata lain sasaran-sasaran yang telah ditargetkan harus diteliti sejauh mana pencapaian yang telah dilaksanakan untuk mencapai tujuan.

Kendala utama rantai pasok komoditas pertanian adalah perencanaan, sosialisasi, pengiriman, dan ekspektasi. Perencanaan dalam rantai pasok memegang peranan yang sangat penting. *Lead time* dan siklus dalam pemenuhan pesanan bagi setiap pelaku rantai pasok sangat dipengaruhi oleh perencanaan yang telah dibuat oleh anggota rantai pasok tersebut. Selain itu, *lead time* yang digunakan untuk memenuhi pesanan juga akan mempengaruhi biaya rantai pasok yang akan digunakan. Semakin lama waktu yang dibutuhkan untuk memenuhi pesanan, maka diperlukan biaya tambahan untuk mengurangi resiko terjadinya kerusakan suatu komoditas. Mengingat produk pertanian merupakan produk yang mudah rusak, waktu menjadi salah satu faktor *input* yang paling bermasalah dalam kinerja rantai pasok (Morgan, 2004).

Sistem pengukuran kinerja diperlukan sebagai pendekatan dalam rangka mengoptimalisasikan jaringan rantai pasok. Pengukuran kinerja bertujuan untuk mendukung perancangan tujuan, evaluasi kinerja, dan menentukan langkah-langkah ke depan baik pada level strategi, taktik, dan operasional (Vorst, 2006).

5. Manajemen Persediaan

Dalam perusahaan setiap manajer operasional dituntut untuk dapat mengelola dan mengadakan persediaan agar terciptanya efektifitas dan efisiennya kegiatan operasional. Menurut Rangkuti (2007), persediaan bahan baku mempunyai kedudukan yang penting dalam perusahaan karena

persediaan bahan baku sangat besar pengaruhnya terhadap kelancaran proses produksi. Menurut Mulya (2010), persediaan merupakan aktiva yang tersedia untuk dijual dalam kegiatan usaha normal perusahaan, aktiva dalam proses produksi dan atau dalam perjalanan atau dalam bentuk bahan baku atau perlengkapan untuk digunakan dalam proses atau pemberian jasa.

Menurut Jusup (2001) sistem pencatatan persediaan barang pada akhir periode, rekening persediaan tidak digunakan untuk mencatat penambahan persediaan karena adanya transaksi pembelian, dan tidak digunakan untuk mencatat pengurangan persediaan karena adanya transaksi penjualan. Informasi mengenai persediaan yang ada pada suatu saat tertentu, tidak dapat diperoleh dari rekening persediaan, demikian pula harga pokok barang yang dijual tidak dapat diketahui untuk setiap transaksi penjualan yang terjadi. Perhitungan harga pokok penjualan selama periode tertentu dihitung dengan menggunakan cara sebagai berikut:

$$\text{HPP} = \text{Persediaan Awal} + ((\text{Pembelian} - (\text{Retur} + \text{Potongan Pembelian}) + \text{Biaya Angkut Pembelian}) - \text{Persediaan Akhir}.$$

6. Pemasaran

Menurut Oentoro (2010), pemasaran merupakan suatu perpaduan aktivitas-aktivitas yang saling berhubungan untuk mengetahui kebutuhan konsumen melalui penciptaan, penawaran dan pertukaran produk dan jasa yang bernilai serta mengembangkan promosi, distribusi, pelayanan dan

harga agar kebutuhan konsumen dapat terpuaskan dengan baik pada tingkat keuntungan tertentu.

Menurut Kotler dan Keller (2006), pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan secara bebas mempertukarkan produk dan jasa bernilai dengan pihak lain. Menurut Rangkti (2009), pemasaran bersandar pada beberapa konsep inti, yaitu:

- a. Kebutuhan, keinginan, dan permintaan
Kebutuhan adalah sesuatu yang diperlukan dan harus ada sehingga dapat menggerakkan manusia sebagai dasar berusaha. Keinginan adalah hasrat untuk memperoleh pemuas kebutuhan yang lebih spesifik akan kebutuhan yang lebih mendalam. Permintaan adalah keinginan akan produk tertentu yang didukung oleh kemampuan dan kesediaan untuk membeli.
- b. Produk atau jasa adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan untuk memuaskan suatu kebutuhan dan keinginan.
- c. Nilai dan kepuasan, merupakan konsep penuntun dalam memilih produk mana yang dapat memuaskan dan mempunyai kapasitas berbeda sebagai perangkat tujuan.
- d. Pertukaran dan transaksi merupakan cara-cara yang dilakukan orang dalam memperoleh produk yang diinginkannya.

- e. Hubungan dan jaringan, merupakan praktik dilakukan perusahaan dengan pihak-pihak kunci seperti pelanggan, pemasok, dan penyalur guna mempertahankan referensi dan bisnis jangka panjang perusahaan.
- f. Pasar yang terdiri atas semua pelanggan potensial yang memiliki kebutuhan atau keinginan tertentu yang sama, yang mungkin bersedia dan mampu melaksanakan pertukaran untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan itu.

7. Kelembagaan dan Saluran Pemasaran

a. Kelembagaan Pemasaran

Menurut Cahyono (2003), lembaga pemasaran adalah badan hukum atau perorangan yang menangani kegiatan pemasaran. Lembaga pemasaran sangat membantu dan memudahkan produsen dalam menjual hasil produknya. Lembaga pemasaran yang berperan berpengaruh terhadap harga jual ditingkat produsen dan harga jual di pasaran (yang dibayar oleh konsumen). Menurut Rahim dan Hastuti (2007), lembaga pemasaran merupakan badan usaha atau individu yang menyelenggarakan pemasaran, menyalurkan jasa dan komoditas dari produsen kepada konsumen akhir, serta mempunyai hubungan dengan badan usaha atau individu lainnya. Lembaga pemasaran timbul karena adanya keinginan konsumen untuk memperoleh komoditas sesuai waktu, tempat, dan bentuk yang diinginkan konsumen. Lembaga pemasaran ingin mendapatkan keuntungan sehingga harga dibayarkan oleh lembaga pemasaran itu juga berbeda. Perbedaan

harga di masing-masing lembaga pemasaran sangat bervariasi tergantung besar kecilnya keuntungan yang diambil oleh masing-masing lembaga pemasaran. Jadi, harga jual ditingkat produsen (petani, ternak, dan nelayan) akan lebih rendah dari pada harga jual di tingkat pedagang perantara.

Lembaga-lembaga pemasaran yang terlibat dalam proses pemasaran produk-produk pertanian sangat beragam sekali tergantung dari jenis yang dipasarkan. Ada komoditi yang melibatkan banyak lembaga pemasaran dan ada pula yang melibatkan hanya sedikit lembaga pemasaran.

Lembaga-lembaga pemasaran yang terlibat dalam proses pemasaran ini lebih lanjut dapat diidentifikasi sebagai berikut (Sudiyono, 2004) :

- 1) tengkulak yaitu lembaga pemasaran yang secara langsung berhubungan dengan petani, tengkulak ini melakukan transaksi dengan petani baik secara tunai maupun kontrak pembelian.
- 2) pedagang pengumpul menjual komoditi yang dibeli tengkulak dari petani biasanya relatif lebih kecil sehingga untuk meningkatkan efisiensi. Jadi pedagang pengumpul ini membeli komoditi pertanian dari tengkulak
- 3) pedagang besar adalah untuk meningkatkan efisiensi pelaksanaan fungsi-fungsi pemasaran, maka jumlah komoditi yang ada pada pedagang pengumpul ini harus dikonsentrasikan lagi oleh lembaga pemasaran.
- 4) Pengecer merupakan lembaga pemasaran yang berhadapan langsung dengan konsumen.

b. Saluran Pemasaran

Menurut Kotler dan Keller (2006), saluran distribusi didefinisikan sebagai serangkaian organisasi yang saling tergantung yang terlibat dalam proses untuk menjadikan produk atau jasa siap digunakan atau dikonsumsi.

Menurut Chandraseran dan Raghuram (2014), saluran pemasaran untuk produk pertanian dapat dikelompokkan dengan klasifikasi sebagai berikut :

Pertama, pemasaran langsung ke konsumen dan melalui pasar. Kedua, pemasaran melalui pedagang grosir dan perantara. Ketiga, pemasaran melalui agen atau koperasi publik. Keempat, pemasaran melalui prosesor.

Proses penyaluran produk sampai ke tangan konsumen akhir dapat menggunakan saluran panjang ataupun saluran pendek sesuai dengan kebijaksanaan mata rantai distribusi yang ingin dilaksanakan perusahaan.

Mata rantai distribusi menurut bentuknya, yaitu sebagai berikut (Dewi, 2018).

- 1) Saluran distribusi langsung (*direct channel of distribution*) adalah bentuk penyaluran barang-barang atau jasa-jasa dari produsen ke konsumen dengan tidak melalui perantara. Bentuk saluran distribusi langsung dapat dibagi dalam empat macam, yaitu: pertama, *selling at the point production* adalah bentuk penjualan langsung dilakukan di tempat produksi. Kedua, *selling at the producer's retail store* adalah penjualan yang dilakukan di tempat pengecer. Ketiga, *selling door to door* adalah penjualan yang dilakukan oleh produsen langsung kepada konsumen dengan mengerahkan salesmannya ke rumah-rumah atau ke

kantor-kantor konsumen. Keempat, *selling through mail* adalah penjualan yang dilakukan perusahaan menggunakan jasa pos.

- 2) Saluran distribusi tidak langsung (*indirect channel of distribution*) adalah bentuk saluran distribusi yang menggunakan jasa perantara dan agen untuk menyalurkan barang/jasa kepada para konsumen.

8. Efisiensi Pemasaran

Pemasaran yang efisien adalah pemasaran yang diselenggarakan dengan biaya serendah mungkin, dan mengambil keuntungan yang wajar (*reasonable return*), serta mampu menciptakan kepuasan bagi konsumen.

Biaya pemasaran serendah mungkin sehingga biaya pemasaran yang dikeluarkan masih lebih rendah daripada nilai produk yang dipasarkan.

Biaya pemasaran yang semakin rendah dari nilai produk yang dipasarkan akan semakin efisien pula pemasaran tersebut. Selain itu efisiensi pemasaran juga dapat dilihat dari perhitungan lain seperti *producer's share*, margin pemasaran, keuntungan, biaya total pemasaran, total nilai produk lembaga pemasaran, informasi dan pengetahuan pasar serta fasilitas pemasaran (Abidin, Harahab, dan Asmarawati, 2017).

Peran setiap lembaga pemasaran akan menyebabkan perbedaan harga jual. Semakin panjang rantai pemasaran, semakin sedikit keuntungan yang akan didapat pada produsen dan unsur rantai pemasarannya karena harus mengeluarkan biaya pemasaran yang relatif besar. Biaya pemasaran adalah biaya yang dikeluarkan untuk keperluan pemasaran. Besarnya

biaya pemasaran berbeda satu sama lain, tergantung jenis komoditas, lokasi pemasaran, dan efektivitas pemasaran yang dilakukan. Semakin kecil biaya pemasaran yang dikeluarkan, semakin efisien pemasaran dijalankan. Tinggi rendahnya margin pemasaran dan bagian yang diterima produsen merupakan indikator dari efisiensi pemasaran. Semakin rendah margin pemasaran dan semakin besar bagian yang diterima produsen, maka sistem pemasaran dikatakan efisien (Yulianto dan Saparinto, 2014).

9. Kedelai

Kedelai (*Glycine max (L) Mer.*) merupakan salah satu jenis kacang-kacangan yang mengandung protein nabati yang tinggi, sumber lemak, vitamin, dan mineral. Apabila cukup tersedia di dalam negeri akan mampu memperbaiki gizi masyarakat melalui konsumsi kedelai segar maupun melalui konsumsi kedelai olahan seperti tahu, tempe, tauco, kecap, susu dan lain sebagainya (Wardani, 2008).

Kedudukan tanaman kedelai dalam sistemik tumbuhan (taksonomi) menurut Wardani (2008) diklasifikasikan sebagai berikut :

Kingdom	: Plantae
Divisi	: Spermatophyta
Sub-divisi	: Angiospermae
Kelas	: Dicotyledoneae
Ordo	: Polypotales
Famili	: Leguminosae (Papilionaceae)
Sub-famili	: Papilionoideae
Genus	: Glycine
Species	: Glycine max (L.) Merrill. sinonim dengan G. Soya (L.) Sieb dan Zucc. atau Soya max atau S. hispida.

10. Agroindustri

Agroindustri merupakan bagian dari sistem agribisnis. Agroindustri dapat diartikan dua hal yaitu : 1) agroindustri adalah industri yang berbahan baku utama dari produk pertanian dan 2) bahwa agroindustri dapat diartikan sebagai suatu tahapan pembangunan yang merupakan kelanjutan dari pembangunan pertanian (Soekartawi, 2000).

Menurut Hasyim dan Zakaria dalam Lestari (2016), agroindustri dapat didefinisikan sebagai suatu usaha atau kegiatan pengolahan bahan baku menjadi barang yang memiliki nilai tambah yang tinggi melalui proses transformasi dengan menggunakan perlakuan fisik dan kimia, penyimpanan, pengemasan, dan distribusi. Kegiatan agroindustri membutuhkan manajemen usaha yang moderen, pencapaian skala usaha yang optimal dan efisien karena kegiatan agroindustri tidak tergantung pada musim.

11. Agroindustri Tempe

Tempe adalah makanan hasil fermentasi yang sangat terkenal di Indonesia. Tempe yang biasa dikenal oleh masyarakat Indonesia adalah tempe yang menggunakan bahan baku kedelai. Fermentasi kedelai dalam proses pembuatan tempe menyebabkan perubahan kimia maupun fisik pada biji kedelai, menjadikan tempe lebih mudah dicerna oleh tubuh. Tempe segar tidak dapat disimpan lama, karena tempe tahan hanya selama 2 x 24 jam, lewat masa itu, kapang tempe mati dan selanjutnya akan tumbuh bakteri

atau mikroba perombak protein, akibatnya tempe cepat busuk (Sarwono, 2005).

Tempe mengandung berbagai unsur yang bermanfaat, seperti protein, lemak, hidrat arang, serat, vitamin, enzim, daidzein, genestein serta komponen antibakteri dan zat antioksidan yang berkhasiat sebagai obat, diantaranya genestein, daidzein, fitosterol, asam fitat, asam fenolat, lesitin dan inhibitor protease. Zat antioksidan di dalam tempe berbentuk isoflavon. Zat ini merupakan antioksidan yang sangat dibutuhkan tubuh untuk menghentikan reaksi pembentukan radikal bebas. Selain itu, isoflavon juga dapat menurunkan kolesterol LDL dan menaikkan kolesterol HDL dibandingkan dengan pemberian kasein (Cahyadi, 2006). Komposisi kimia kedelai dan tempe dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Komposisi kimia kedelai dan tempe per 100 gr bahan

Komposisi	Kedelai	Tempe Kedelai
Protein (g)	30,2	18,3
Lemak (g)	15,6	4,0
Karbohidrat (g)	30,1	12,7
Air (g)	20,0	64,0
Abu (g)	5,5	1,6
Energi (kal)	331	149
Kalsium (mg)	227	129
Fosfor (mg)	585	154
Zat besi (mg)	8	10

Sumber : Direktorat Gizi Departemen Kesehatan RI, (2004).

Tempe dengan kualitas baik mempunyai ciri-ciri berwarna putih bersih yang merata pada permukaannya memiliki struktur yang homogen dan kompak serta berasa berbau dan beraroma khas tempe. Tempe dengan kualitas buruk ditandai dengan permukaannya yang basah struktur tidak

kompak adanya bercak bercak hitam, adanya bau amoniak dan alkohol serta beracun (Astawan, 2004).

B. Kajian Penelitian Terdahulu

Menurut Lestari, S, dkk. (2016), kinerja produk olahan Kelompok Wanita Tani Melati terdapat ketidakefisienan pada atribut manajemen biaya khususnya metrik TSMC pada semua produk olahan. Selain itu, produk olahan yang memberikan nilai tambah terbesar adalah kopi bubuk kemasan 25gr dengan rasio nilai tambah sebesar 55,68% dan memberikan nilai tambah sebesar Rp 52.400,00 untuk setiap kg pengolahan kopi bubuk.

Menurut Noviantari, I, dkk. (2015), pihak-pihak yang terkait rantai pasok agroindustri kopi luwak di Provinsi Lampung adalah terdiri dari petani kopi, pedagang pengumpul, pedagang buah kopi, agroindustri kopi luwak, pedagang besar, pedagang pengecer, eksportir dan konsumen. Saluran distribusi yang paling efisien adalah saluran pertama.

Menurut Mutakin, dan Hubeis (2011), penelitiannya menunjukkan pengukuran kinerja metrik POF dan COGS belum mencapai target, sedangkan nilai OFCT dan CTCCT telah melewati target yang diterapkan. Dari penelitian *gap analysis*, diperoleh PT ITP Tbk mengalami banyak biaya yang hilang, karena ketidakefisienan dan ketidakefektifan manajemen rantai pasok

Menurut Rahayu dan Kusumah (2017) nilai pengukuran *supply chain* PT. API adalah 61.85, yang artinya kinerja *supply chain* di PT. API masih belum termasuk kategori dengan performa baik atau masih pada level *average*. Hasil dari *benchmark* menghasilkan nilai gap untuk metrik POF 5.52%, OFCT 1 hari, COGS 4.27% dan CTCCT 19 hari.

Menurut Nilawati (2015), terdapat tiga bentuk saluran pemasaran tempe pada Industri Rumah Tangga “Multi Barokah” di Kota Palu, a) Produsen - Pedagang Perantara - Pedagang Pengecer - Konsumen, b) Produsen - Pedagang Perantara - Konsumen, c) Produsen - Pedagang Pengecer - Konsumen. Total margin pada saluran pertama sebesar Rp.2.000 untuk saluran kedua sebesar Rp.1.000 dan total margin untuk saluran ketiga sebesar Rp.2.500. Nilai efisiensi dari ketiga saluran pemasaran tersebut menunjukkan bahwa saluran ketiga lebih efisien dibanding saluran pertama dan kedua. Penjelasan kajian penelitian terdahulu yang telah dijelaskan diatas dapat dilihat di Tabel 3 pada Lampiran.

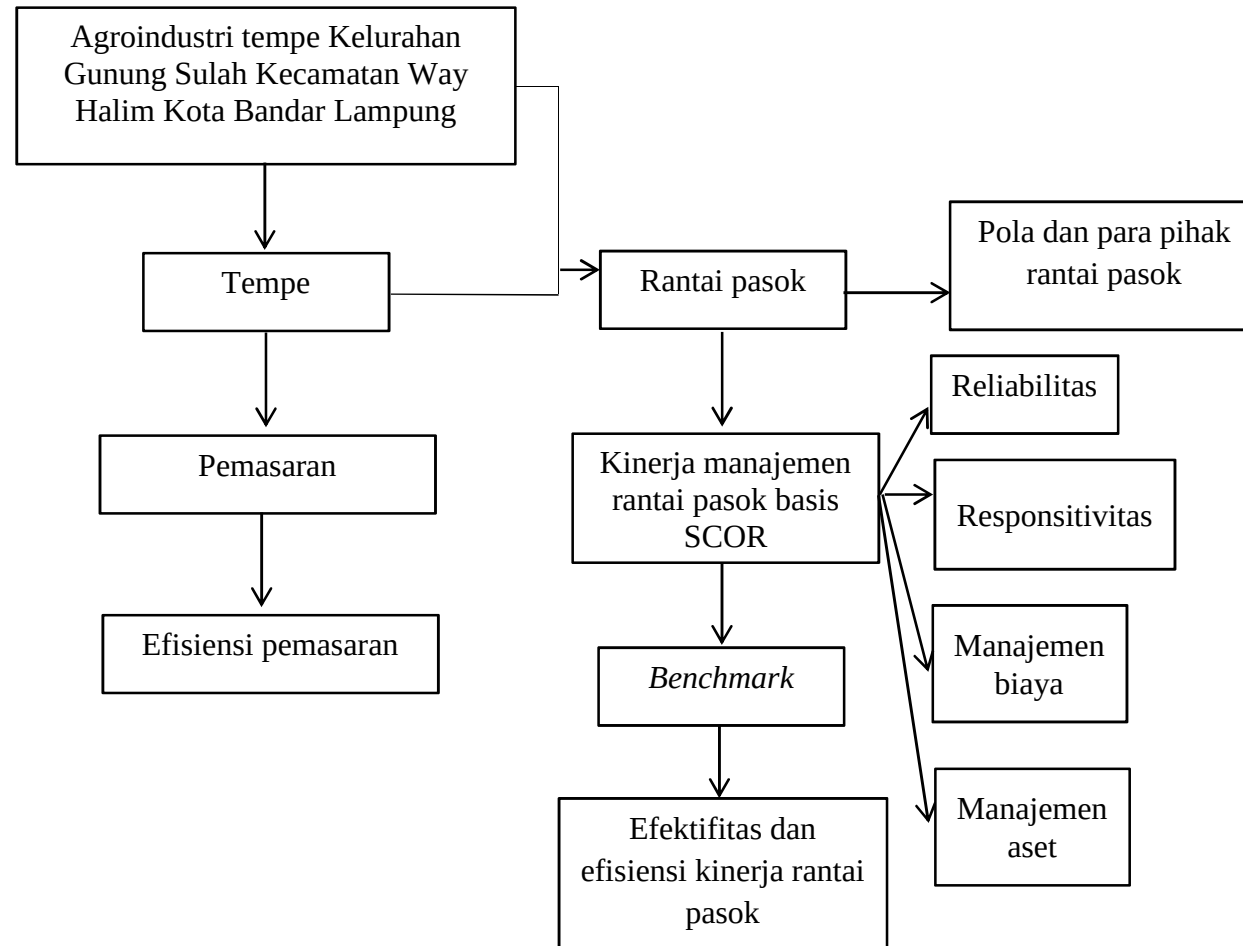
C. Kerangka Pemikiran

Agroindustri merupakan industri di bidang pertanian yang mengolah hasil pertanian memiliki tujuan untuk memperpanjang masa produk, dan terciptanya produk olahan pertanian yang memiliki kualitas dan mampu bersaing dipasaran. Salah satu agroindustri yang berkembang di Kelurahan Gunung Sulah, Kecamatan Way Halim, Kota Bandar Lampung adalah agroindustri tempe. Agroindustri tempe membutuhkan kedelai sebagai bahan

baku pengolahan. Kebutuhan bahan baku dapat diperoleh dengan adanya suatu transaksi ataupun hubungan kemitraan dengan pemasok yang dirancang dalam sebuah sistem rantai pasok.

Rantai pasok dapat terlaksana dengan baik, jika pihak-pihak rantai memiliki kinerja yang baik juga. Pengukuran kinerja dalam rantai pasok diperlukan untuk mengetahui dan mengurangi ketidakefisienan rantai pasokan pada agroindustri tempe. Pengukuran kinerja rantai pasokan menggunakan model SCOR karena model ini dapat menilai dimensi rantai pasokan secara keseluruhan. Pengukuran kinerja rantai pasok dilakukan melalui atribut reliabilitas, responsivitas, manajemen biaya dan manajemen aset rantai pasok dimana masing-masing dari atribut tersebut memiliki metrik pengukuran kinerja bagi rantai pasokan.

Pemasaran akan menghubungkan produsen hingga konsumen akhir. Pola pemasaran akan berpengaruh terhadap efisiensi pendistribusian hingga sampai ke tangan konsumen. Pemasaran dilakukan ke konsumen akhir baik secara langsung maupun melalui antar lembaga. Harga beli dan harga jual tiap lembaga pemasaran akan berbeda-beda hingga sampai ke tangan konsumen akhir. Perhitungan dan mengetahui nilai persentase total margin, *producer's share*, dan RPM pada saluran pemasaran agroindustri tempe bertujuan untuk mengetahui efisiensi pemasaran. Alur bagan alir yang digunakan pada penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran Rantai Pasok dan Nilai Tambah Agroindustri Tempe Kelurahan Gunung Sulah Kecamatan Way Halim Kota Bandar Lampung

D. Hipotesis

Diduga saluran pemasaran yang paling pendek di Agroindustri Tempe Kelurahan Gunung Sulah Kecamatan Way Halim Kota Bandar Lampung adalah pemasaran yang efisien.

III. METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus. Metode studi kasus adalah salah satu metode penelitian yang dilakukan secara intensif, terperinci dan mendalam terhadap suatu individu, lembaga tertentu dengan daerah atau subjek yang sempit selama kurun waktu tertentu (Arikunto, 2004). Metode studi kasus digunakan untuk memperoleh data secara lengkap dan rinci pada agroindustri tempe mengenai rantai pasok dan efisiensi pemasaran produk yang dihasilkan agroindustri tempe.

B. Konsep Dasar dan Batasan Operasional

1. Konsep Dasar

Konsep dasar penelitian merupakan petunjuk dan pengertian mengenai variabel yang akan diteliti untuk memperoleh dan menganalisis data yang berhubungan dengan penelitian.

Rantai pasok merupakan jaringan dari berbagai organisasi terkait yang saling terhubung baik secara langsung maupun tidak langsung dalam menyelenggarakan pengadaan atau penyalur barang.

Manajemen rantai pasok tempe adalah sebuah proses dimana produk tempe dihasilkan dan disampaikan kepada konsumen dari sudut struktural.

Produksi tempe adalah kegiatan pengolahan bahan baku kedelai dengan bantuan bahan pendukung ragi, plastik dan bahan bakar dengan waktu produksi sampai menjadi tempe yaitu selama empat hari.

Produksi tempe per bulan adalah jumlah produksi yang dilakukan oleh agroindustri tempe selama sebulan (28 hari) sebanyak 25 kali produksi.

Pola aliran rantai pasok adalah pola yang terbentuk dari kegiatan bisnis dalam rantai pasok yaitu dimulai dari pengadaan bahan baku, pengolahan, pendistribusian, hingga produk sampai ke konsumen akhir.

Kinerja rantai pasok mengacu pada *output* dari proses rantai pasok agroindustri tempe Kelurahan Gunung Sulah Kecamatan Way Halim Kota Bandar Lampung yang dapat dinyatakan dalam istilah finansial dan nonfinansial.

Total pesanan sempurna adalah jumlah pesanan produk (kedelai, ragi, plastik, bahan bakar dan tempe) yang dipenuhi berdasarkan jumlah pesanan, ketepatan waktu, dan ketepatan tempat.

Total pesanan adalah jumlah permintaan yang dipesan ke pemasok (kedelai, ragi, plastik, bahan bakar, dan tempe).

Waktu pemesanan adalah waktu tunggu pesanan (kedelai, ragi, plastik, bahan bakar, dan tempe) sampai barang mulai dikirim ke lokasi pemesanan.

Waktu penerimaan adalah waktu saat pesanan (kedelai, ragi, plastik, bahan bakar, dan tempe) dimulai dari barang pesanan dikirim sampai barang pesanan diterima di Lokasi pemesanan.

Harga pokok penjualan adalah seluruh biaya yang dikeluarkan mencakup biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan tidak langsung, biaya *overhead* untuk memperoleh barang atau jasa yang dijual.

Persediaan awal adalah jumlah barang (tempe) yang dimiliki agroindustri pada awal bulan setelah produksi bulan sebelumnya selesai.

Persediaan akhir adalah jumlah barang (tempe) yang dimiliki agroindustri pada akhir bulan.

Pembelian selama periode adalah biaya produksi yang dibayarkan agroindustri meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja dan biaya overhead dalam satu bulan.

Biaya tenaga kerja adalah besarnya biaya yang terjadi untuk menggunakan tenaga karyawan dalam mengerjakan proses produksi.

Biaya *overhead* adalah biaya-biaya yang terjadi di agroindustri selain biaya bahan baku maupun biaya tenaga kerja.

Persediaan pasokan harian adalah barang (kedelai, ragi, plastik, bahan bakar, dan tempe) milik agroindustri yang digunakan dalam proses produksi sampai produk jadi.

Piutang harian adalah hak milik agroindustri atau biaya barang (kedelai, ragi, plastik, bahan bakar dan tempe) yang belum dibayarkan pembeli ke agroindustri.

Hutang harian adalah hak milik orang lain atau biaya barang (kedelai, ragi, plastik, bahan bakar dan tempe) yang belum dibayarkan agroindustri ke pemasok barang.

Metrik adalah ukuran yang dapat diverifikasi, diwujudkan dalam bentuk kuantitatif ataupun kualitatif, dan didefinisikan terhadap suatu titik acuan (*reference point*) tertentu.

Reliabilitas adalah indikator kinerja rantai pasokan agroindustri tempe Kelurahan Gunung Sulah Kecamatan Way Halim Kota Bandar Lampung dalam memenuhi pesanan pembeli dengan produk, jumlah, waktu, kemasan dan kondisi yang tepat, sehingga mampu memberikan kepercayaan kepada konsumen.

Responsivitas adalah indikator kinerja yang berupa kecepatan waktu rantai pasokan agroindustri tempe Kelurahan Gunung Sulah Kecamatan Way Halim Kota Bandar Lampung dalam memenuhi pesanan konsumen dari pesanan diterima oleh agroindustri tempe tersebut sampai pesanan sampai kepada konsumen.

Superior merupakan klasifikasi tertinggi target efisiensi sebuah kinerja rantai pasok agroindustri tempe.

Advantage merupakan klasifikasi menengah target efisiensi sebuah kinerja rantai pasok agroindustri tempe.

Parity merupakan klasifikasi terendah target efisiensi sebuah kinerja rantai pasok agroindustri tempe.

Biaya rantai pasok adalah biaya yang berkaitan dengan pelaksanaan proses rantai pasokan agroindustri tempe Kelurahan Gunung Sulah Kecamatan Way Halim Kota Bandar Lampung yang terdiri dari biaya tetap dan biaya variabel.

Manajemen aset rantai pasok adalah keefesienan agroindustri tempe Kelurahan Gunung Sulah Kecamatan Way Halim Kota Bandar Lampung dalam memanajemen aset untuk mendukung terpenuhinya kepuasan konsumen termasuk manajemen semua aset yang dimiliki agroindustri tempe tersebut.

Usaha adalah kegiatan dengan mengerahkan tenaga pikiran atau badan untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

Modal adalah semua barang atau induk yang ada pada perusahaan dan memiliki fungsi produktif untuk menghasilkan pendapatan.

Efisiensi pemasaran adalah nisbah antara biaya pemasaran dengan nilai produk yang dinyatakan dengan persen.

Biaya pemasaran adalah semua biaya yang timbul pada berbagai saluran pemasaran untuk kegiatan pemasaran. Biaya-biaya tersebut diantaranya biaya pengemasan, biaya resiko rusak, dan biaya transportasi (Rp/pcs).

Margin pemasaran adalah perbedaan harga yang dibayar oleh konsumen terakhir dengan harga yang diterima produsen (Rp/pcs).

Producer's share adalah bagian yang diterima oleh produsen, merupakan salah satu indikator untuk mengetahui efisiensi pemasaran yaitu dengan membandingkan antara harga yang diterima produsen dengan harga yang dibayarkan konsumen dan dinyatakan dalam persen (%).

2. Batasan Operasional

Tabel 4. Batasan operasional pola rantai pasok

No	Variabel	Definisi	Satuan
1	Pemasok bahan baku	Jumlah pelaku pendistribusian bahan baku dari agroindustri tempe	Orang (org)
2	Pemasok produk	Jumlah pelaku pendistribusian produk agroindustri tempe	Orang (org)
3	Para pihak rantai pasok	Jumlah pihak terkait rantai pasok agroindustri tempe	Orang (org)
3	Harga bahan baku	Harga kedelai per kg yang dibayarkan agroindustri tempe	Rp
4	Harga produk	Harga produk yang diterima agroindustri tempe per kg	Rp
5	Jumlah produksi	Jumlah produksi tempe dalam satu periode produksi	Kg
6	Lokasi pemasaran	Jarak antara agroindustri tempe dengan pasar tujuan	Km

Tabel 5. Batasan operasional efisiensi pemasaran

No	Variabel	Definisi	Satuan
1	Nilai produk tingkat produsen	Harga tempe dari tingkat produsen	Rp
2	Nilai produk tingkat konsumen	Harga tempe dari pedagang ke konsumen tingkat akhir.	Rp
3	Margin pemasaran	Selisih nilai produk tingkat konsumen dan nilai produk tingkat produsen	Rp/pcs
4	<i>Producer's Share</i>	Persentase dari pembagian harga produk tingkat produsen dengan harga produk tingkat konsumen	%

Tabel 6. Batasan operasional kinerja rantai pasok

No	Variabel	Definisi	Satuan
1	Total pesanan sempurna	Jumlah pesanan barang (kedelai, ragi, plastik, bahan bakar, dan tempe) yang diterima pembeli sesuai dengan ketepatan jumlah pesanan, ketepatan waktu dan ketepatan tempat.	Kg, potong, bungkus
2	Total pesanan	Jumlah permintaan barang (kedelai, ragi, plastik, bahan bakar, dan tempe) kepada pemasok	Kg, potong, bungkus
3	Waktu pengiriman	Jumlah waktu yang dibutuhkan sejak pelanggan memesan produk hingga pesanan siap dikirim	Hari
4	Waktu penerimaan	Jumlah waktu yang dibutuhkan sejak dikirimnya produk hingga pesanan diterima	Hari
5	Persediaan awal	Besarnya persediaan barang (kedelai, ragi, plastik, bahan bakar, dan tempe) diawal bulan produksi	Rp
6	Persediaan akhir	Besarnya persediaan barang (kedelai, ragi, plastik, bahan bakar, dan tempe) diakhir bulan produksi	Rp
7	Pembelian selama periode	Besarnya biaya yang dikeluarkan agroindustri tempe meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja dan biaya overhead dalam satu bulan produksi	Rp/bln
8	Waktu Persediaan Pasokan	Jumlah produk yang terjual dalam satu hari berbanding dengan jumlah persediaan dalam gudang	Hari
9	Waktu Hutang	Waktu pembayaran yang dilakukan pelaku usaha dimulai dari penerimaan barang hingga pelunasan	Hari
10	Waktu Piutang	Waktu penerimaan dari pengembalian uang dari pelaku usaha untuk melunasi hutangnya	Hari

C. Lokasi , Responden, dan Waktu Pengumpulan Data

Lokasi penelitian dilakukan di agroindustri tempe Kelurahan Gunung Sulah Kecamatan Way Halim Kota Bandar Lampung. Waktu pengumpulan data dilaksanakan pada Bulan Desember 2018 sampai Bulan Januari 2019.

Responden penelitian ini adalah pemilik agroindustri tempe. Responden agroindustri tempe ditentukan secara *purposive sampling* yang dipilih berdasarkan pertimbangan skala produksi yaitu skala besar, sedang, dan kecil. Menurut Shafira (2017) berdasarkan penelitiannya untuk skala produksi besar yaitu dengan jumlah produksi lebih dari 90 kg, skala produksi sedang dengan jumlah produksi kurang dari atau sama dengan 90 kg, dan untuk skala produksi kecil kurang dari atau sama dengan 55 kg.

Pengumpulan data responden lain yang terkait dengan rantai pasok agroindustri tempe meliputi pemasok bahan baku, pemasok bahan pendukung, pedagang tempe, dan pedagang kaki lima. Teknik penentuan sampel menggunakan cara *snowball sampling* dengan pertimbangan karena tidak ada informasi yang pasti mengenai jumlah pemasok bahan baku dan pendukung, pedagang tempe, dan pedagang kaki lima yang terkait dengan agroindustri tempe. *Snowball sampling* adalah metode *sampling* dimulai dari kelompok kecil yang diminta untuk menunjukkan kawan-kawannya, kemudian kawannya itu diminta juga untuk menunjuk kawannya yang lain, dan begitu seterusnya sehingga kelompok itu bertambah besar bagaikan bola salju (Soeratno dan Arsyad, 2003). Untuk data pelaku usaha agroindustri tempe yang terdapat di Kelurahan Gunung Sulah dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7. Data pelaku agroindustri tempe di Kelurahan Gunung sulah Kecamatan Way Halim Kota Bandar Lampung

Nama Pemilik Agroindustri	Rata-rata per produksi (kg)	Skala Produksi
Sapdo	100	Besar
Bejo	65	Sedang
Mujiman	50	Kecil

D. Jenis Data dan Metode Pengumpulan Data

Data penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Pengumpulan data primer diperoleh melalui wawancara menggunakan kuesioner dengan pihak agroindustri tempe, pemasok bahan baku dan bahan pendukung, pedagang tempe, dan pedagang kaki lima serta pengamatan langsung tentang keadaan di lapangan. Pengumpulan data sekunder diperoleh berdasarkan literatur-literatur yang berhubungan dengan penelitian dan data dari instansi-instansi terkait seperti Primkopti, Dinas Perindustrian, Badan Pusat Statistik dan pustaka lainnya terkait penelitian ini.

E. Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kualitatif dan deskriptif kuantitatif. Analisis deskriptif kualitatif akan menjelaskan tentang sistem rantai pasok pada agroindustri tempe, sedangkan analisis deskriptif kuantitatif digunakan untuk menganalisis kinerja rantai pasok dan efisiensi pemasaran agroindustri tempe.

1. Metode Analisis Tujuan Pertama

Metode analisis untuk menjawab tujuan pertama yaitu untuk mengetahui pola aliran dan para pihak terkait rantai pasok pada agroindustri tempe adalah metode sistem rantai pasok. Metode sistem rantai pasok bertujuan untuk menemukan pengetahuan yang luas terhadap objek penelitian tertentu yang diteliti melalui data sampel.

2. Metode Analisis Tujuan Kedua

Metode analisis untuk menjawab tujuan kedua dengan mengukur kinerja rantai pasok adalah dengan *Supply Chain Operation References (SCOR) 9.0 version* yang merupakan model pengukuran kinerja yang dikeluarkan oleh *Supply Chain Council*. Pengukuran kinerja rantai pasok untuk skala industri kecil hanya dilakukan pengukuran pada level satu yang terdiri dari empat atribut dan empat metrik yang telah ditentukan untuk pengukuran kinerja yang terlihat pada Tabel 8.

Tabel 8. Parameter atribut dan metrik kinerja rantai pasok

No	Atribut Kinerja	Metrik	Data Aktual	Benchmark		
				Superior	Advantage	Parity
1	Reliabilitas	POF		%	%	%
2	Responsivitas	OFCT		Hari	Hari	Hari
3	Biaya Manajemen	COGS		%	%	%
4	Aset Manajemen	CTCCT		Hari	Hari	Hari

Sumber : Lestari, Abidin, dan Suarno (2016)

a) *Perfect Order Fulfillment (POF)*

Indikator ini menerangkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi permintaan konsumen. Pemenuhan permintaan secara sempurna meliputi ketepatan jumlah pengiriman, ketepatan waktu pengiriman, dan ketepatan tempat pengiriman dengan rumus (*Supply Chain Council*, 2008) :

$$POF = \frac{\text{Total pesanan sempurna}}{\text{Total pesanan}} \times 100\% \dots \dots \dots (1)$$

b) *Order Fulfillment Cycle-Time* (OFCT)

Indikator siklus waktu tunggu pemenuhan pesanan adalah waktu yang dibutuhkan pelanggan dimulai dari pemesanan produk sampai pesanan diterima dengan rumus (*Supply Chain Council*, 2008):

$$OFCT = \text{Waktu pemesanan} + \text{Waktu penerimaan} \dots \dots \dots (2)$$

c) *Cost of Goods Sold* (COGS)

Cost of Goods Sold (COGS) biasa disebut dengan harga pokok penjualan, merupakan seluruh biaya langsung yang dikeluarkan untuk memperoleh barang atau jasa yang dijual dengan rumus (*Supply Chain Council*, 2008):

$$COGS = \text{Inventori awal} + \text{Pembelian selama periode} - \text{inventori akhir} \dots \dots \dots (3)$$

d) *Cash to Cash Cycle Time* (CTCCT)

Cash to Cash Cycle Time (CTCCT) menerangkan perputaran keuangan perusahaan dimulai dari pembayaran bahan baku ke pemasok, sampai pembayaran atau pelunasan produk oleh konsumen dengan rumus (*Supply Chain Council*, 2008):

$$CTCCT = \text{Persediaan pasokan harian} + \text{Rata-rata piutang harian} - \text{Rata-rata hutang harian} \dots \dots \dots (4)$$

3. Metode Analisis Tujuan Ketiga

Untuk menjawab tujuan ketiga efisiensi pemasaran tempe digunakan margin pemasaran dan *producer's share*. Tinggi rendahnya margin yang

diterima oleh produsen (*producer's share*) dari harga jual ditingkat konsumen akhir merupakan indikator efisiensi pemasaran. Margin pemasaran adalah perbedaan harga pada tingkat produsen (P_f) dengan harga di tingkat pengecer (P_r) yang terdiri dari keuntungan dan biaya (Hasyim, 2012). Secara matematis margin pemasaran dirumuskan sebagai :

$$M_{ji} = P_{si} - P_{bi} \dots \dots \dots (5)$$

Keterangan :

M_{ji} = Margin lembaga pemasaran tingkat ke-i

P_{si} = Harga penjualan lembaga pemasaran tingkat ke-i ($i = 1, 2, 3, \dots, n$)

P_{bi} = Harga pembelian lembaga pemasaran tingkat ke-i

Total margin pemasaran adalah :

$$M_{ji} = P_r - P_f \dots \dots \dots (6)$$

Keterangan :

M_{ji} = Total margin pemasaran

P_r = Harga pada tingkat konsumen

P_f = Harga pada tingkat petani

Penyebaran margin pemasaran dapat dilihat berdasarkan presentase

keuntungan terhadap biaya pemasaran (*Ratio Profit Margin*) pada masing

masing lembaga pemasaran, yang dirumuskan sebagai berikut:

$$RPM = \frac{\pi_i}{b_{ti}} \dots \dots \dots (7)$$

Keterangan :

b_{ti} = Biaya pemasaran lembaga pemasaran tingkat ke-i

π_i = Keuntungan lembaga pemasaran tingkat ke-i

Nilai RPM yang relatif menyebar merata pada berbagai tingkat lembaga

perantara pemasaran merupakan cerminan dari sistem pemasaran yang

efisien. Jika selisih RPM antara lembaga perantara pemasaran sama dengan nol, maka sistem pemasaran tersebut efisien, dan jika selisih RPM antara lembaga perantara pemasaran tidak sama dengan nol, maka sistem pemasaran tidak efisien (Azzaino, 1983).

4. Metode Uji Hipotesis

Uji hipotesis penelitian ini menggunakan nilai dari *producer's share*.

Menurut Abidin, Harahab, dan Asmarawati (2017) menyatakan bahwa saluran pemasaran dianggap efisien apabila saluran pemasaran tersebut mempunyai *producer's share* lebih dari 50%. Bagian yang diterima *producer's share* dapat dirumuskan (Asmarantaka, 2014):

$$\text{Producer's share} = \frac{P_f}{P_r} \times 100 \dots \dots \dots (8)$$

Keterangan :

<i>Producer's share</i>	: Bagian yang diterima produsen
P_f	: Harga tempe di tingkat produsen
P_r	: Harga tempe di tingkat konsumen

IV. GAMBARAN UMUM DAERAH PENELITIAN

A. Keadaan Umum Daerah Penelitian

Kota Bandar Lampung sebagai Ibu Kota Provinsi Lampung, merupakan pusat kegiatan pemerintahan, sosial, politik, pendidikan dan kebudayaan, kota ini juga merupakan pusat kegiatan perekonomian Daerah Provinsi Lampung. Secara geografis Kota Bandar Lampung terletak pada 5°20' sampai dengan 5°30' Lintang Selatan dan 105°28' sampai dengan 105°37' Bujur Timur.

Penelitian ini dilakukan di Kota Bandar Lampung, tepatnya di Kelurahan Gunung Sulah Kecamatan Way Halim yang terletak 5 km dari Kota Bandar Lampung. Sebelum Kecamatan Way Halim dibentuk, kelurahan ini berada di Kecamatan Sukarame. Pada tahun 1989 Kelurahan Jagabaya II mengalami pemekaran menjadi tiga kelurahan yaitu Kelurahan Jagabaya II, Kelurahan Gunung Sulah, dan Kelurahan Way Halim.

Secara administratif, batas wilayah Kelurahan Gunung Sulah adalah sebagai berikut :

1. Sebelah Utara berbatasan dengan Sungai Way Belau Kelurahan Way Halim Permai Kecamatan Way Halim.
2. Sebelah Selatan berbatasan dengan Sungai Kelurahan Jagabaya II Kecamatan Way Halim.

3. Sebelah Barat dengan Kelurahan Suarabaya Kecamatan Kedaton.
4. Sebelah Timur berbatasan dengan Kelurahan Jagabaya III Kecamatan Way Halim (Profil Kelurahan Gunung Sulah, 2018).

B. Topografi Daerah Penelitian

Kelurahan Gunung Sulah berada pada ketinggian 150 meter di atas permukaan laut, dengan topografi yang terdiri dari daerah dataran rendah 93 sebesar 96,50 ha dan lereng gunung sebesar 0,50 ha. Rincian luas penggunaan lahan dapat dilihat pada Tabel 9.

Tabel 9. Luas penggunaan lahan di Kelurahan Gunung Sulah tahun 2018

No	Penggunaan Lahan	Luas Lahan (Ha)	Persentase (%)
1	Luas pemukiman	60,50	62,50
2	Luas pekarangan	1,00	1,00
3	Luas hutan kota	0,50	0,50
4	Luas perkantoran	1,00	1,00
5	Luas tempat pemakaman umum	1,00	1,00
6	Luas prasarana umum lainnya	33,00	34,00
Total Luas		97,00	100,00

Sumber: Profil Kelurahan Gunung Sulah, 2018

Berdasarkan penggunaan lahan, di Kelurahan Gunung Sulah sebesar 62,50% digunakan sebagai areal pemukiman yaitu, dengan demikian dapat diketahui bahwa Kelurahan Gunung Sulah merupakan daerah padat pemukiman.

C. Demografi Daerah Penelitian

1. Demografi berdasarkan umur

Jumlah penduduk dibagi menjadi tiga golongan yaitu umur 0-15 tahun, 15-65 tahun, dan lebih dari 65 tahun dapat dilihat pada Tabel 10.

Tabel 10. Jumlah penduduk berdasarkan golongan umur di Kelurahan Gunung Sulah tahun 2018

Kelompok Umur (tahun)	Jumlah (jiwa)	Persentase (%)
0-15	3.401	30
15-65	5.668	50
> 65	2.267	20
Jumlah	11.336,00	100,00

Sumber: Profil Kelurahan Gunung Sulah, 2018

Berdasarkan Tabel 10 dapat diketahui bahwa sebagian besar penduduk di Kelurahan Gunung Sulah berada pada kelompok umur produktif dengan persentase umur 15-65 tahun sebesar 50%.

2. Demografi berdasarkan tingkat pendidikan

Secara rinci jumlah penduduk berdasarkan tingkat pendidikan di Kelurahan Gunung Sulah dapat dilihat pada Tabel 11.

Tabel 11. Jumlah penduduk berdasarkan tingkat pendidikan di Kelurahan Gunung Sulah tahun 2018

Tingkat Pendidikan	Jumlah (jiwa)	Persentase (%)
TK dan usia bermain anak	543,00	4,80
Tidak tamat SD/Sederajat	678,00	6,00
Sedang SD/Sederajat	1.221,00	10,80
Tamat SD/Sederajat	1.498,00	13,20
Sedang SLTP/Sederajat	1.181,00	10,50
Tamat SLTP/Sederajat	1.598,00	14,10
Sedang SLTA/Sederajat	1.295,00	1,40
Tamat SLTA/Sederajat	2.059,00	18,10
Sedang D-1	39,00	0,30
Tamat D-1	21,00	0,20
Sedang D-2	35,00	0,30
Tamat D-2	19,00	0,10
Sedang D-3	14,00	1,00
Tamat D-3	102,00	0,90
Sedang S-1	141,00	1,20
Tamat S-1	776,00	6,90
Tamat S-2	16,00	0,20
Jumlah	11.336,00	100,00

Sumber: Profil Kelurahan Gunung Sulah, 2018

Tabel 11 menunjukkan bahwa sebagian besar penduduk di Kelurahan Gunung Sulah berpendidikan tamat SLTA yaitu sebanyak 2.059,00 jiwa (18,10%) dari total penduduk sebesar 11.366,00 jiwa.

3. Demografi berdasarkan mata pencaharian

Penduduk di Kelurahan Gunung Sulah bermata pencarian yang berbeda beda di antaranya ada yang bekerja sebagai PNS, karyawan swasta, buruh, pengrajin tahu, pengrajin tempe, pedagang, dan lain-lain. Berikut adalah rincian jumlah penduduk di Kelurahan Gunung Sulah berdasarkan mata pencahariannya dapat dilihat pada Tabel 12.

Tabel 12. Jumlah penduduk berdasarkan mata pencaharian di Kelurahan Gunung Sulah tahun 2018

Jenis Mata Pencaharian	Jumlah (jiwa)	Persentase (%)
Pengerajin tahu	115,00	1,01
Pengrajin tempe	66,00	0,58
Buruh	2.140,00	18,88
Pegawai Negeri Sipil	1.382,00	12,19
Pedagang	937,00	8,27
TNI/POLRI	806,00	7,11
Swasta	1.308,00	11,54
Tukang	1.575,00	13,89
Jasa	1.335,00	11,78
Lainnya	825,00	14,75
Jumlah	11.336,00	100,00

Sumber: Profil Kelurahan Gunung Sulah, 2018

Berdasarkan data Tabel 12 dapat diketahui bahwa mata pencaharian terbanyak penduduk Kelurahan Gunung Sulah adalah buruh dengan jumlah sebesar 2.140,00 jiwa (18,88%), sedangkan mata pencaharian pengrajin tempe berjumlah paling sedikit dibandingkan mata pencaharian lainnya.

D. Sarana dan Prasarana

Sarana dan prasarana merupakan penunjang kegiatan bagi masyarakat di Kelurahan Gunung Sulah. Keberadaan sarana dan prasarana di Kelurahan Gunung Sulah dapat dilihat pada Tabel 13.

Tabel 13. Sarana dan prasarana di Kelurahan Gunung Sulah tahun 2018

No	Sarana/Prasarana	Keberadaan
1	Bank	Ada
2	Koperasi	Ada
3	Pegadaian	Ada
4	Lembaga penyuluh pertanian	Tidak Ada
5	Lembaga penelitian	Tidak Ada
6	Sarana transportasi	Ada
7	Teknologi informasi dan komunikasi	Ada
8	Kebijakan pemerintah	Ada
9	Pasar	Ada

Sumber : Profil Kelurahan Gunung Sulah, 2018

Tabel 13 menunjukan sarana dan prasarana yang ada di Kelurahan Gunung Sulah, dapat dilihat bahwa sarana dan prasarana yang ada cukup memadai, hanya tidak terdapat lembaga penyuluh pertanian dan penelitian.

E. Gambaran Agroindustri Tempe

Agroindustri tempe di Kelurahan Gunung Sulah pertama kali diusahakan pada tahun 1962. Awalnya pendiri usaha ini adalah para penduduk transmigrasi lokal dari daerah Jawa Tengah. Berkembangnya agroindustri tempe di Kelurahan Gunung Sulah dilihat dari kondisi daerah, apakah memiliki sumber ketersediaan air bersih yang mendukung atau tidak. Kebutuhan air bersih agroindustri dipenuhi dengan melakukan pengadaan sumur bor.

Agroindustri tempe terus bertahan menjadi tradisi keluarga yang turun menurun karena usaha agroindustri tempe mampu menunjang kondisi ekonomi dalam memenuhi kebutuhan keluarga. Faktor lain dipertahankannya agroindustri ini karena pelaku usaha menganggap bahwa usaha agroindustri tempe tidak memerlukan pendidikan tinggi dan keterampilan khusus dalam pelaksanaan produksinya. Selain itu modal awal yang tidak terlalu besar dan risikonya yang rendah, serta dapat dilakukan secara bersama-sama dengan seluruh anggota keluarga.

Agroindustri tempe yang berada di Kelurahan Gunung Sulah merupakan anggota dari Primkopti atau Primer Koperasi Produsen Tempe Tahu Indonesia. Pengrajin agroindustri tahu tempe di Kelurahan Gunung Sulah tergabung dalam Primkopti yang diresmikan oleh Dinas Koperasi Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Lampung pada tahun 1982 dengan nomor badan hukum 450.a/BH/8/1982. Kepengurusan Primkopti di Provinsi Lampung berpusat di Bandar Lampung. Pengrajin tempe tahu di Bandar Lampung sebagian besar berada di Kelurahan Gunung Sulah Kecamatan Way Halim, namun Primkopti Kota Bandar Lampung saat ini sudah tidak berjalan seperti dahulu, kegiatan seperti pengadaan bahan baku kedelai, kegiatan simpan pinjam, dan kegiatan lainnya juga sudah tidak dilakukan.

VI. SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Pola rantai pasok kedelai terdiri dari importir kedelai – agen kedelai – pedagang pengecer – agroindustri tempe. Pola rantai pasok ragi dan plastik terdiri dari pedagang besar ragi dan plastik –pedagang pengecer ragi dan plastik – agroindustri tempe. Pola rantai pasok bahan bakar kayu terdiri dari produsen kayu bakar – agroindustri tempe. Pola rantai pasok bahan bakar gas 3 kilogram terdiri dari sub agen gas 3 kilogram – agroindustri tempe. Pola rantai pasok tempe terdiri dari pemasok material – agroindustri tempe – pedagang pengecer – pedagang kaki lima – konsumen.

Para pihak yang terkait dalam rantai pasok agroindustri tempe terdiri dari importir kedelai, agen kedelai, pedagang besar ragi dan plastik, produsen kayu bakar, sub-agen gas 3 kilogram, pedagang pengecer kedelai, ragi dan plastik, agroindustri tempe, pedagang pengecer tempe, pedagang kaki lima, dan konsumen.

2. Terdapat ketidakefisienan kinerja rantai pasok kedelai, ragi, bahan bakar, dan tempe pada atribut manajemen biaya dan manajemen aset.
3. Pemasaran tempe saluran ketiga, pemasaran langsung ke konsumen akhir oleh agroindustri tempe adalah saluran pemasaran yang paling efisien.

B. Saran

Saran yang dapat diberikan berdasarkan hasil penelitian ini adalah:

1. Bagi pemilik agroindustri sebaiknya meningkatkan kinerja manajemen biaya dan manajemen aset, agar usaha dapat berjalan dengan efisien secara keseluruhan.
2. Penelitian ini dapat dilanjutkan oleh peneliti lain menggunakan metode *Supply Chain Operation Reference* (SCOR) 10.0.
3. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi pertimbangan dinas terkait untuk menyediakan sarana dan prasarana bagi agroindustri, agar agroindustri dapat meningkatkan kinerja rantai pasoknya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Z, N. Harahab, dan L. Asmarawati. 2017. *Pemasaran Hasil Perikanan*. Tim UB Press. Malang.
- Adjid, D.A. 1998. *Membangun Pertanian Modern*. Pengembangan Sinar Tani. Jakarta.
- Arikunto, S. 2004. *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktek*. Rineka Cipta. Bandung.
- Arif, M. 2018. *Supply Chain Management*. Deepublish. Yogyakarta.
- Asmarantaka, R.W. 2014. *Pemasaran Agribisnis (Agrimarketing)*. IPB Press. Bogor.
- Astawan, M. 2004. *Tetap Sehat dengan Produk Makanan Olahan*. Tiga Serangkai. Solo.
- Azzaino, Z. 1982. *Pengantar Tataniaga Pertanian*. Departemen Ilmu-ilmu Sosial Ekonomi Pertanian. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Bolstorff, P, dan R. Rosenbaum. 2003. *Supply Chain Excellence: a Handbook for Dramatic Improvement Using the SCOR Model*. AMACOM. United State of America.
- Cahyadi, W. 2006. *Analisis dan Aspek Kesehatan Bahan Tambahan Pangan*. Bumi Aksara. Jakarta.
- Cahyono, B. 2003. *Cabai Rawit : Teknik Budidaya dan Analisis Usaha Tani*. Kanisius. Yogyakarta.
- Chandrasekaran, N, dan G. Raghuram. 2014. *Agribusiness Supply Chain Management*. Taylor and Francis Group. CRC Press.
- Dewi, S. 2018. *Hafal Mahir Materi Ekonomi*. Gramedia Widiasarana Indonesia. Jakarta.
- Direktorat Gizi Departemen Kesehatan RI. 2004. *Daftar Komposisi Bahan Makanan*. Penerbit Bhratara. Jakarta.

- Fadhlullah, A, T. Ekowati, dan Mukson. 2018. Analisis Rantai Pasok (Supply Chain) Kedelai di UD Adem Ayem Kecamatan Pulokulon Kabupaten Grobogan. *Jurnal Pendidikan Bisnis dan Ekonomi*, Vol 4(2):1-10. Universitas Sebelas Maret.
- Gunasekaran, A, dan E. Ngai. 2004. Information Systems in Supply Chain Integration and Management. *European Journal of Operational Research*, 159(2): 269-295.
- Hasyim, A. I. 2012. *Tataniaga Pertanian, Diktat Kuliah*. Fakultas Pertanian Universitas Lampung. Lampung.
- Hertz, H. S. 2009. *The 2009-2010 Criteria for Performance Excellence*. Baldrige National Quality Program Gaithersburg. USA.
- Hisyam, M. 2003. *Krisis Masa Kini dan Orde Baru*. Yayasan Pustaka Obor Indonesia. Jakarta.
- Indrajit, R, dan R. Djokopranoto. 2002. *Konsep Manajemen Supply Chain: Cara Baru Memandang Mata Rantai Penyediaan Barang*. Grassindo. Jakarta.
- Jusup. 2001. *Dasar-dasar Akuntansi Jilid II*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi. Yogyakarta.
- Kotler, P, dan K. Keller. 2006. *Marketing Management 12e*. Pearson Prentice Hall. United States of America.
- Lestari, S, Z. Abidin, dan S. Sadar. 2016. Analisis Kinerja Rantai Pasok dan Nilai Tambah Produk Olahan Kelompok Wanita Tani Melati Di Desa Tribudisyukur Kecamatan Kebun Tebu Lampung Barat. *JIIA*, 4(1):24-29.
- Mulya, H. 2010. *Memahami Akuntansi Dasar Edisi 2 : Pendekatan Teknis Siklus Akuntansi*. Mitra Wacana Media. Jakarta.
- Mulyadi. 2005. *Akuntansi Biaya Edisi Lima*. BPFE. Yogyakarta.
- Mutakin, A. 2010. Pengukuran Kinerja Manajemen Rantai Pasokan dengan Pendekatan SCOR Model 9.0 (Studi Kasus di PT Indocement Tungal Prakarsa Tbk). Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Manajemen Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Mutakin dan Hubeis. 2011. Pengukuran Kinerja Manajemen Rantai Pasokan dengan Pendekatan SCOR Model 9.0 (Studi Kasus di PT Indocement Tungal Prakarsa Tbk). *Jurnal Manajemen dan Organisasi*, 2(3): 89-103.
- Nilawati, I. 2015. Analisis Pemasaran Tempe Pada Industri Rumah Tangga Multi Barokah di Kota Palu. *Jurnal Agrotekbis*, 3(4):498-506.

- Noviantari, K, Hasyim, A.I, dan N. Rosanti. 2015. Analisis Rantai Pasok Dan Nilai Tambah Agroindustri Kopi Luwak Di Provinsi Lampung. *JIIA* 3(1): 10–17.
- Purba, M. 2007. Analisis Efisiensi Usaha dan Pemasaran Produksi Tempe. *Skripsi*. Program Sarjana Ekstensi Manajemen Agribisnis Fakultas Pertanian Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Pengurus Primer Koperasi Produsen Tempe Tahu Indonesia Kota Bandar Lampung. 2018. *Data Pengrajin Tempe Tahu Oncom Kota Bandar Lampung Oktober 2018*. Bandar Lampung.
- Rahayu, P, dan L.H. Kusumah. 2017. Pengukuran Kinerja Aktifitas Supply Chain Pada Industri Minuman Jus dengan SCOR (Study Kasus PT. API). *Seminar Nasional Inovasi dan Aplikasi Teknologi di Industri*. ITN Malang.
- Rahim, A dan D. Hastuti. 2007. *Ekonomika Pertanian Pengantar, Teori Dan Kasus*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Rangkuti, F. 2007. *Manajemen Persediaan Aplikasi di Bidang Bisnis*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Rangkuti, F. 2009. *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Ruky, A. 2001. *Sistem Manajemen Kinerja (Performance Management System): Panduan Praktis untuk Merancang dan Meraih Kinerja Prima*. Gramedia. Jakarta.
- Saragih, B. 2001. *Agribisnis Paradigma Baru Pembangunan Ekonomi Berbasis Pertanian, Kumpulan Pemikiran*. PT Surveyor Indonesia dan Pusat Studi Pembangunan LP-IPB, Jakarta.
- Sarwono. 2005. *Membuat Tempe dan Oncom. Cetakan 29*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Setiadi, R. Nurmalina, dan Suharno. 2018. Analisis Kinerja Rantai Pasok Ikan Nila Pada Bandar Sriandoyo Di Kecamatan Tugumulyo Kabupaten Musi Rawas. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 8(1):166-185.
- Setiawan, K., dan F.A.I. Fallo. 2009. Prospek Pengembangan Agroindustri Olahan Jagung Di Kabupaten Kupang. *Partner (jurnal)*. 17(2):172-180. Diakses pada tanggal 4 Desember 2018.

- Shafira, F. 2017. Analisis Keragaan Agroindustri Tahu Kulit di Kelurahan Gunung Sulah Kecamatan Way Halim Kota Bandar Lampung. *Skripsi*. Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Lampung. Bandar Lampung.
- Sherlywati. 2018. Urgensi Penelitian Manajemen Rantai Pasok: Pemetaan Isu, Objek, dan Metodologi. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 17(2):147-162.
- Soekartawi. 2000. Pengantar Agroindustri. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Sudiyono, A. 2004. *Pemasaran Pertanian*. Universitas Muhamadiyah Malang. Malang.
- Supply Chain Council. 2008. Supply Chain Operations Reference Model SCOR version 9.0 Metric. <https://www.scribd.com/doc/4780677/Supply-Chain-Operation-SCOR-9#scribd>. [16 November 2018].
- Soeratno dan Arsyad. 2003. *Metodologi Penelitian Untuk Ekonomi*. UPP. AMPUKPN Jakarta.
- Vorst, V. 2006. *Performance Measurement in Agri-Food Supply Chain Networks*. Netherland : Logistics and Operations Research Group. Wageningen University.
- Wardani, C.R. 2008. Analisis Usaha Pembuatan Tempe Kedelai di Kabupaten Purworejo. *Sripsi*. Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret Surakarta.
- Yulianto, P, dan C. Saporinto. 2014. Beternak Sapi Limousin : Panduan Pembibitan, Pembesaran dan Penggemukkan. Penebar Swadaya. Semarang.
- Yusuf, M. 2017. *Islamic Corporate Social Responsibility (I-CSR)*. PT. Balebat Dedikasi Prima. Kencana. Depok.