

**ANALISIS MANAJEMEN RANTAI PASOK DAN PEMASARAN PADA
PENGOLAHAN SABUT KELAPA
(STUDI KASUS PT XYZ)**

(Skripsi)

Oleh

Refi Ayu Lestari
2014131048



**JURUSAN AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
2024**

ABSTRACT

ANALYSIS OF SUPPLY CHAIN MANAGEMENT AND MARKETING IN COCONUT FIBER PROCESSING (CASE STUDY PT XYZ)

By

Refi Ayu Lestari

This research aims to analyze supply chain conditions, supply chain performance, supplier satisfaction, coconut fiber marketing mix. This research is a case study at PT XYZ, Lampung Province. Data collection was carried out from October-December 2023. Objective 1 was analyzed using the FSCN framework. Objective 2 was analyzed using the SCOR model. Objective 3 uses descriptive analysis which is measured via a Likert scale. Objective 4 is analyzed using the 4P marketing mix. Respondents in this study consisted of ten farmers, seven traders, one fiber supplier, and one head of production spv PT XYZ. The research results show that the chain structure consists of farmers, collectors, suppliers, PT XYZ, and buyers. Supply chain targets consist of local and international market targets. Supply chain management includes partner selection, transaction systems, and government support. Supply chain resources used include physical, technological, human and capital resources. The supply chain business processes that occur are based on distribution patterns, risk aspects, and trust building processes. Supply chain performance measurement based on the order fulfillment matrix for collector members and factory is in the advantage category, and the superior category for PT XYZ. The standard conformity matrix for members of the farmer chain, trader collectors, suppliers and companies is in the superior category. Measuring supplier satisfaction shows that suppliers have a high loyalty score. The company has implemented the 4p marketing mix aspects well in marketing.

Keywords: coconut fiber, marketing mix, satisfaction, supply chain, supply chain performance

ABSTRAK

ANALISIS MANAJEMEN RANTAI PASOK DAN PEMASARAN PADA PENGOLAHAN SABUT KELAPA (STUDI KASUS PT XYZ)

Oleh

Refi Ayu Lestari

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kondisi rantai pasok, kinerja rantai pasok, kepuasan pemasok, dan bauran pemasaran sabut kelapa. Penelitian ini adalah studi kasus di PT XYZ, Provinsi Lampung. Pengumpulan data dilakukan dari bulan Oktober-Desember 2023. Tujuan 1 dianalisis menggunakan kerangka FSCN. Tujuan 2 dianalisis dengan menggunakan model SCOR. Tujuan 3 menggunakan analisis deskriptif yang diukur melalui skala likert. Tujuan 4 dianalisis menggunakan bauran pemasaran 4P. Responden pada penelitian ini terdiri dari sepuluh orang petani, tujuh orang pedagang pengepul, satu orang pemasok fiber, dan satu orang kepala spv produksi PT XYZ. Hasil penelitian menunjukkan bahwa struktur rantai terdiri dari petani, pedagang pengepul, pemasok, PT XYZ, dan *buyer*. Sasaran rantai pasok terdiri dari sasaran pasar lokal dan internasional. Manajemen rantai pasok meliputi pemilihan mitra, sistem transaksi, dan dukungan pemerintah. Sumberdaya rantai pasok yang digunakan meliputi sumberdaya fisik, teknologi, manusia, dan modal. Proses bisnis rantai pasok yang terjadi didasarkan pada pola distribusi, aspek resiko, dan proses membangun kepercayaan. Pengukuran kinerja rantai pasok berdasarkan matriks pemenuhan pesanan pada anggota rantai pedagang pengepul dan pabrik berada pada kategori *advantage*, dan kategori *superior* untuk PT XYZ. Matriks kesesuaian standar pada anggota rantai petani, pedagang pengepul, pemasok, dan perusahaan berada pada kategori *superior*. Pengukuran kepuasan pemasok menunjukkan bahwa pemasok memiliki nilai loyalitas yang tinggi. Perusahaan sudah menerapkan aspek bauran pemasaran 4P dengan baik dalam proses pemasaran.

Kata kunci: bauran pemasaran, kepuasan, kinerja rantai pasok, rantai pasok, sabut kelapa

**ANALISIS MANAJEMEN RANTAI PASOK DAN PEMASARAN PADA
PENGOLAHAN SABUT KELAPA (STUDI KASUS
PT XYZ)**

Oleh

REFI AYU LESTARI

Skripsi

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar
SARJANA PERTANIAN**

Pada

**Jurusan Agribisnis
Fakultas Pertanian Universitas Lampung**



**JURUSAN AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
2024**

Judul Skripsi : ANALISIS MANAJEMEN RANTAI PASOK
DAN PEMASARAN PADA PENGOLAHAN
SABUT KELAPA (STUDI KASUS PT XYZ)

Nama Mahasiswa : Refi Ayu Lestari

Nomor Pokok Mahasiswa : 2014131048

Program Studi : Agribisnis

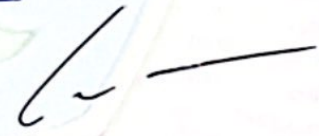
Fakultas : Pertanian

MENYETUJUI

1. Komisi Pembimbing



Dr. Ir. Zainal Abidin, M.E.S.
NIP 196109211987031003



Ir. Eka Kasymir, M.S.
NIP 196306181988031003

2. Ketua Jurusan



Dr. Ir Teguh Endaryanto, S.P., M.Si
NIP 196910031994031004

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

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

Sekretaris : Ir. Eka Kasymir, M.Si

Anggota : Dr. Ir. Ktut Murniati, M.T.A



Dekan Fakultas Pertanian

Dr. Ir. Kuswanta Futas Hidayat, M.P.
NIP. 196411181989021002

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 30 April 2024

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Refi Ayu Lestari
NPM : 2014131048
Program Studi : Agribisnis
Jurusan : Agribisnis
Fakultas : Pertanian
Alamat : Jl. Raya Way Sema Gumuk Rejo, Kecamatan Pagelaran,
Kabupaten Pringsewu, Provinsi Lampung

Dengan ini menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya orang lain yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang sepengetahuan penulis tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis dirujuk dari sumbernya, dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Bandar Lampung, 30 April 2024

Penulis



Refi Ayu Lestari
NPM 2014131048

RIWAYAT HIDUP



Penulis lahir di Kabupaten Pringsewu, Provinsi Lampung pada tanggal 13 Agustus 2002, sebagai anak pertama dari dua bersaudara pasangan Bapak Bisri dan Ibu Rosidah. Pendidikan Sekolah Dasar (SD) diselesaikan di SD Negeri 2 Gumukrejo pada tahun 2008, Pendidikan Sekolah Menengah Pertama (SMP) di SMP Negeri 1 Pagelaran pada tahun 2014, Pendidikan Sekolah Menengah Atas di SMA

Negeri 1 Pringsewu pada tahun 2017, Penulis diterima di Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Lampung pada tahun 2020 melalui jalur Seleksi Bersama Masuk Perguruan Tinggi Negeri (SBMPTN).

Penulis mengikuti kegiatan Praktik Pengenalan Pertanian (Homestay) selama 7 hari di Desa Gumukrejo, Kecamatan Pagelaran, Kabupaten Pringsewu pada tahun 2021. Penulis melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Kerang, Kecamatan Batu Brak, Kabupaten Lampung Barat selama 40 hari pada Januari hingga Februari 2023. Pada bulan Agustus hingga Desember 2022 penulis melaksanakan kegiatan magang yang dikonversi pada Praktik Umum (PU) di Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Lampung. Penulis pernah menjadi Asisten Dosen mata kuliah Ekonometrika pada semester genap 2022, Asisten Dosen mata kuliah Ekonomi Makro pada semester ganjil 2023, dan Asisten Dosen mata kuliah Tataniaga Pertanian pada semester genap 2023. Semasa kuliah, penulis juga aktif sebagai pengurus, sekretaris bidang 2 yaitu Pengkaderan dan Pengabdian Masyarakat di Himpunan Mahasiswa Sosial Ekonomi Pertanian (Himaseperta) Fakultas Pertanian Universitas Lampung periode 2023-2024 dan Anggota Koperasi Mahasiswa Universitas Lampung periode 2021 hingga tahun 2022.

SANWACANA

Bismillahirrahmannirrahiim,

Alhamdulillah Robbil ‘Alamin, segala puji bagi Allah SWT atas segala berkat, limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Manajemen Rantai Pasok dan Pemasaran pada Pengolahan Sabut Kelapa (Studi Kasus di PT XYZ)”. Penulis menyadari bahwa penyelesaian skripsi ini tidak akan terealisasi dengan baik tanpa adanya dukungan, bantuan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini, dengan segala ketulusan hati penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Ir. Kuswanta Futas Hidayat, M.P., sebagai Dekan Fakultas Pertanian Universitas Lampung
2. Dr. Teguh Endaryanto, S.P., M.Si., sebagai Ketua Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Lampung.
3. Dr. Yuniar Aviati Syarief, S.P., M.T.A., sebagai Sekretaris Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Lampung.
4. Dr. Ir. Zainal Abidin, M.E.S., sebagai Dosen Pembimbing Pertama atas ketulusan hati, bimbingan, arahan, motivasi, dan ilmu yang bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis dari awal hingga akhir perkuliahan serta selama proses penyelesaian skripsi.
5. Ir. Eka Kasymir, M.S., sebagai Dosen Pembimbing Kedua yang telah memberikan saran, arahan, bimbingan, dan ilmu yang bermanfaat yang telah diberikan selama proses penyelesaian skripsi ini.

6. Dr. Ir. Ktut Murniati, M.T.A., sebagai Dosen Pembahas atau Penguji atas ketulusannya dalam memberikan masukan, arahan, motivasi, saran, dan ilmu yang bermanfaat dalam penyempurnaan skripsi ini.
7. Dian Rahmalia, S.P., M.Si., sebagai Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan motivasi, arahan, saran, meluangkan tenaga, waktu, dan pikirannya untuk memberikan bimbingannya selama masa perkuliahan sejak menjadi mahasiswa baru hingga tahap penyusunan skripsi.
8. Teristimewa kedua orang tua saya, Bapak Bisri dan Ibu Rosidah yang selalu menjadi penyemangat, sandaran terkuat dari kerasnya dunia, sekaligus sumber kekuatan bagi diri saya sendiri, kasih sayang yang sangat melimpah, serta mengajari untuk selalu bersabar dalam setiap proses yang dilalui. Terima kasih selalu berusaha yang terbaik untuk kehidupanku, terima kasih atas doa dan dukungan yang selalu diberikan, berkat kalian saya bisa berada sampai di titik ini, dan terima kasih sudah selalu ada dan bersedia mendengarkanku.
9. Adikku tersayang Alfia Cahya Ningrum yang selalu memberikan semangat, keceriaan, doa, dan dukungan kepada penulis. Terima kasih atas segala waktu yang telah diberikan untuk mendengarkan keluh kesah selama masa perjuangan ini.
10. Seluruh Dosen Jurusan Agribisnis atas semua ilmu yang telah diberikan selama penulis menjadi mahasiswa di Universitas Lampung.
11. Karyawan-karyawati di Jurusan Agribisnis, Mba Iin, Mba Luki, Mas Boim, dan Mas Bukhori, atas semua bantuan yang telah diberikan.
12. Sahabatku tersayang, Nisrina, Jeni, Silva, Shella, Fita, Winda atas doa, dukungan, keceriaan, suka duka, serta kebersamaan yang telah diberikan kepada penulis.
13. Sahabat kuliah seperjuangan Hafsyoh, Adis, Sopi, Ajeng, Destri, Eka, Grasella, Novira, Alifira, Fadel, Bagus atas bantuan, saran, dukungan, canda tawa, dan kebahagiaan yang telah diberikan kepada penulis selama masa perkuliahan.

14. Sahabat seperjuangan dan seperbimbingan Hafif, Rafiq, Diva, Nindi, atas bantuan, saran, dukungan, dan kebahagiaan yang telah diberikan kepada penulis selama proses penyelesaian skripsi.
15. Teman-teman seperjuangan tata, salma, safira, riska, ulfa, mba ajeng, atas bantuan, saran, dukungan, dan keceriaan yang selalu diberikan kepada penulis.
16. Mba agribisnis tersayang mba qhonita, mba naja, mba rindi, mba riri, yang selalu memberikan doa, dukungan, semangat, dan keceriaan kepada penulis.
17. Keluarga Himaseperta dan Koperasi Mahasiswa Universitas Lampung yang telah memberikan pengalaman organisasi, suka duka, kebersamaan, kebahagiaan, dan ilmu yang bermanfaat kepada penulis.
18. Almamater tercinta dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini.

Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan dan bantuan yang telah diberikan penulis. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat kekurangan dan masih jauh dari kata sempurna. Akan tetapi, penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Mohon maaf atas segala kesalahan dan kekurangan selama proses penulisan skripsi ini.

Bandar Lampung, 30 April 2024

Penulis,

Refi Ayu Lestari

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
II. TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN.....	9
2.1 Tinjauan Pustaka	9
2.1.1 Agroindustri	9
2.1.2 Kelapa	10
2.1.3 Rantai Pasok.....	12
2.1.4 Manajemen Rantai Pasok	12
2.1.5 Kinerja Rantai Pasok.....	15
2.1.6 <i>Food Supply Chain Network (FSCN)</i>	16
2.1.7 <i>Supply Chain Operations Reference (SCOR)</i>	18
2.1.8 Kepuasan Pemasok.....	21
2.1.9 Bauran Pemasaran	23
2.2 Kajian Penelitian Terdahulu	25
2.3 Kerangka Pemikiran.....	30
III. METODE PENELITIAN.....	33
3.1 Metode Penelitian.....	33
3.2 Konsep Dasar dan Batasan Operasional.....	33
3.2.1 Konsep Dasar	33

3.2.2 Batasan Operasional.....	36
3.3 Lokasi Penelitian, Responden, dan Waktu Pengumpulan Data	37
3.4 Jenis dan Metode Pengumpulan Data.....	38
3.5 Metode Analisis Data.....	39
3.5.1 Metode Analisis Kondisi Rantai Pasok	40
3.5.2 Metode Analisis Kinerja Rantai Pasok	40
3.5.3 Metode Analisis Tingkat Kepuasan Pemasok	44
3.5.4 Metode Analisis Bauran Pemasaran	45
IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN.....	47
4.1 Keadaan Umum Kota Bandar Lampung	47
4.1.1 Keadaan Geografi.....	47
4.1.2 Keadaan Iklim dan Topografi	48
4.1.3 Kondisi Demografis	49
4.2 Keadaan Umum Kecamatan Sukabumi.....	50
4.2.1 Letak Geografis	50
4.2.2 Keadaan Demografi	50
4.3 Keadaan Umum Perusahaan	51
4.3.1 Sejarah PT XYZ	51
4.3.2 Visi dan Misi PT XYZ.....	52
4.3.3 Struktur Organisasi PT XYZ	52
4.3.4 Produk PT XYZ.....	56
4.3.5 Jangkauan Pemasaran	57
V. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	58
5.1 Keadaan Umum Responden.....	58
5.1.1 Jenis Kelamin.....	58
5.1.2 Umur Responden	59
5.1.3 Tingkat Pendidikan Responden.....	60
5.1.4 Jumlah Tanggungan Keluarga Responden.....	61
5.1.5 Pengalaman Usaha	62
5.2 Kondisi Rantai Pasok.....	63
5.2.1 Struktur Rantai.....	63
5.2.2 Sasaran Rantai.....	67

5.2.3 Manajemen Rantai.....	69
5.2.4 Sumberdaya Rantai	73
5.2.5 Proses Bisnis Rantai Pasok	76
5.3 Kinerja Rantai Pasok.....	76
5.3.1 Kinerja Rantai Pasok Petani Sabut Kelapa	82
5.3.2 Kinerja Rantai Pasok Pedagang Pengepul Sabut Kelapa	91
5.3.3 Kinerja Rantai Pasok Pemasok Sabut Kelapa	100
5.3.4 Kinerja Rantai Pasok PT XYZ	106
5.4 Kepuasan Pemasok Kepada PT XYZ	110
5.4.1 Atribut Kepercayaan	111
5.4.2 Atribut Komitmen	112
5.4.3 Atribut <i>Sharing</i> Informasi	114
5.4.4 Atribut Kerjasama	115
5.5 Bauran Pemasaran	117
5.5.1 Produk (<i>Product</i>)	117
5.5.2 Harga (<i>Price</i>).....	118
5.5.3 Lokasi (<i>Place</i>).....	119
5.5.4 Promosi (<i>Promotion</i>)	120
VI. KESIMPULAN DAN SARAN	121
6.1 Kesimpulan	121
6.2 Saran.....	122
DAFTAR PUSTAKA	124
LAMPIRAN.....	128

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Ekspor sabut kelapa di Indonesia ke Dunia	2
2. Ekspor Provinsi Lampung menurut kelompok sektor Tahun 2020	2
3. Batasan operasional analisis manajemen rantai pasok.....	36
4. Parameter atribut dan metrik kinerja rantai pasok	43
5. Atribut kepuasan pemasok	45
6. Aspek bauran pemasaran.....	46
7. Jumlah penduduk menurut kecamatan dan jeni kelamin Kota Bandar Lampung, 2022	49
8. Jumlah penduduk berdasarkan jenis kelamin menurut desa/kelurahan di Kecamatan Sukabumi.....	51
9. Jenis produk yang dijual di PT XYZ.....	56
10 Sebaran responden berdasarkan umur di PT XYZ.....	59
11. Sebaran tingkat pendidikan terakhir responden	60
12. Sebaran jumlah tanggungan keluarga responden.....	61
13. Sebaran pengalaman usaha responden	62
14. Nilai kinerja rantai pasok petani berdasarkan indikator lead time pemenuhan pesanan.....	83
15. Nilai kinerja rantai pasok petani berdasarkan indikator siklus pemenuhan pesanan.....	84
16. Nilai kinerja rantai pasok petani berdasarkan indikator kinerja pengiriman ..	88

17. Nilai kinerja rantai pasok petani berdasarkan indikator pemenuhan pesanan	89
18. Nilai kinerja rantai pasok petani berdasarkan indikator kesesuaian dengan standar	90
19. Nilai kinerja rantai pasok pedagang pengepul berdasarkan indikator <i>lead time</i> pemenuhan pesanan	92
20. Nilai kinerja rantai pasok pedagang pengepul berdasarkan indikator siklus pemenuhan pesanan	93
21. Nilai kinerja rantai pasok pedagang pengepul berdasarkan indikator <i>fleksibilitas</i>	94
22. Nilai kinerja rantai pasok pedagang pengepul berdasarkan indikator persediaan harian.....	95
23. Nilai kinerja rantai pasok berdasarkan indikator <i>Cash to cash cycle time</i> pengepul	97
24. Nilai kinerja rantai pasok pengepul berdasarkan indikator kinerja pengiriman pedagang pengepul.....	98
25. Nilai kinerja rantai pasok pengepul berdasarkan indikator pemenuhan pesanan.....	99
26. Nilai kinerja rantai pasok pengepul berdasarkan indikator kesesuaian dengan standar	100
27. Tingkat kepuasan pemasok terhadap perusahaan berdasarkan atribut kepercayaan.....	112
28. Tingkat kepuasan pemasok berdasarkan atribut komitmen	113
29. Tingkat kepuasan pemasok berdasarkan atribut <i>sharing</i> informasi.....	115
30. Tingkat kepuasan pemasok terhadap perusahaan berdasarkan atribut kerjas	116
31. Identitas responden petani.....	129
32. Identitas responden pedagang pengepul.....	130
33. Identitas responden pemasok	130
34. Identitas responden PT XYZ.....	130

35. Pemenuhan siklus pemenuhan pesanan petani.....	131
36. Pemenuhan siklus pemenuhan pesanan pedagang pengepul	132
37. Pemenuhan siklus pemenuhan pesanan pemasok	132
38. Pemenuhan siklus pemenuhan pesanan PT XYZ.....	132
39. Perhitungan <i>fleksibilitas</i> pedagang pengepul	133
40. Perhitungan <i>fleksibilitas</i> pemasok.....	133
41. Perhitungan <i>fleksibilitas</i> PT XYZ	133
42. Perhitungan persediaan harian pedagang pengepul	134
43. Perhitungan persediaan harian pemasok	134
44. Perhitungan persediaan harian PT XYZ	134
45. Perhitungan <i>cash to cash cycle time</i> petani.....	135
46. Perhitungan <i>cash to cash cycle time</i> pedagang pengepul	136
47. Perhitungan <i>cash to cash cycle time</i> pemasok	136
48. Perhitungan <i>cash to cash cycle time</i> perusahaan.....	136
49. Perhitungan input dan output petani	137
50. Perhitungan input dan output pedagang pengepul	138
51. Perhitungan input dan output pemasok	138
52. Perhitungan input dan output perusahaan	139
53. Rincian nilai kinerja rantai pasok petani, pengepul, pemasok, dan perusahaan.....	139

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Pohon Industri Kelapa	11
2. Kerangka <i>Food Supply Chain Network</i> (FSCN).....	17
3. Diagram Alir Analisis Manajemen Rantai Pasok Pengolahan Sabut Kelapa di PT XYZ.....	30
4. Struktur Organisasi PT XYZ	52
5. Sebaran responden berdasarkan jenis kelamin	57
6. Pelaku rantai pasok sabut kelapa di PT XYZ	63
7. Pola distribusi rantai pasok di PT XYZ	77
8. Mesin <i>rotary</i> (ayakan) untuk produksi pemasok	138
9. Mesin <i>deacleaning</i> di pabrik pengolah (pemasok)	138
10. <i>Cocofiber</i> yang telah dipack	139
11. Sortasi <i>fiber</i> yang tidak sesuai dengan standar	139
12. Sabut kelapa yang belum diolah	140
13. <i>Cocopeat</i> hasil olahan sabut kelapa.....	140
14. Proses produksi <i>cocodusk</i> dan <i>cocofiber</i>	141
15. <i>Fiber</i> yang telah diolah menjadi alas.....	141
16. Proses wawancara dengan pemasok <i>fiber</i>	142
17. <i>Fiber</i> yang diolah menjadi <i>twine net</i>	142
18. Produk dari <i>cocofiber</i>	143
19. Wawancara dengan karyawan PT XYZ	143

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kelapa merupakan komoditas dengan kontribusi besar sebagai penyumbang devisa negara dilihat dari sisi ekspor. Saat ini kelapa berada pada peringkat ke-3 setelah kelapa sawit dan karet. Menurut Direktorat Jenderal Perkebunan (2022) produksi kelapa di Indonesia tahun 2022 mencapai 2,859.515 ton dengan total luas areal tanaman yaitu 3.330.304 ha. Kelapa memiliki produk turunan berupa serat sabut kelapa. Produk olahan yang berasal dari serat sabut kelapa diantaranya serat sabut (*cocofiber*), serbuk sabut (*cocopeat*), serbuk sabut padat (*cocopeatbrick*), *cocomesh*, *cocopot*, *cocosheet*, *cocofiber board (cfb)* dan *cococoir*.

Sebagai negara produsen kelapa terbesar dunia, Indonesia memiliki potensi besar produksi dan ekspor produk turunan kelapa seperti *cocofibre*, *cocopeat* dan *cococoir*. Berdasarkan data Kementerian Perdagangan RI tahun (2022) Indonesia melakukan ekspor produk serat sabut kelapa pada tahun 2021 senilai USD 10,05 Juta. Pada tahun 2021, ekspor serat sabut kelapa mengalami peningkatan. Namun, pada tahun 2022 nilai ekspor terjadi penurunan. Pada tahun 2022, ekspor Serat Sabut Kelapa Indonesia baru mencapai USD 4,75 Juta, turun 26,45% dibandingkan periode yang sama tahun lalu. Nilai ekspor sabut kelapa di Indonesia dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Ekspor sabut kelapa di Indonesia ke Dunia

Uraian	Nilai: USD Juta				
	2017	2018	2019	2020	2021
Total Ekspor	8.22	11.24	12.29	9.24	10.05
<i>Coconut fibres(coir) and abaca fibres, other coconut fibres</i>	6.27	7.69	8.15	6.09	7.50
<i>Coconut fibres(coir) and abaca fibres, coconut fibres, raw</i>	1.41	1.68	2.97	1.76	1.37
<i>Vegetable textile fibres other than 5305.00.10-23</i>	0.44	1.72	1.11	1.02	0.69
<i>Sisal & oth textile fibres of the genus ageve,tow & waste of these fibras</i>	0.09	0.15	0.03	0.35	0.49
<i>Abaca fibres</i>	0.00	0.00	0.03	0.01	-

Sumber: Kementerian Perdagangan, 2022

Menurut Direktorat Jenderal Perkebunan (2022) Pulau Sumatera merupakan pulau dengan penghasil kelapa terbesar di Indonesia. Produksi kelapa di Pulau Sumatera pada tahun 2020 mencapai 918.393 ton. Provinsi Lampung termasuk sebagai salah satu sentra produksi kelapa di Pulau Sumatera. Hal ini menunjukkan bahwa Provinsi Lampung memiliki potensi besar dalam mengolah komoditas kelapa menjadi produk turunan dengan nilai jual yang lebih tinggi. Hal ini pun selaras dengan perkembangan ekspor di Provinsi Lampung yang menunjukkan bahwa kelompok sektor industri pengolahan menjadi penyumbang ekspor terbesar di Provinsi Lampung. Nilai ekspor Provinsi Lampung menurut sektor pada tahun 2020 dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Ekspor Provinsi Lampung menurut kelompok sektor Tahun 2020

Uraian	Tahun 2020		Tahun 2021	
	Nilai	(%)	Nilai	(%)
Industri Pengolahan	2.369.418.286,76	75,35	3.538.518.563,10	73,05
Pertambangan	306.597.569,85	9,75	790.926.088,59	16,33
Pertanian	468.737.807,98	14,91	514.585.804,21	10,62
Total	3.144.753.664,59	100	4.844.030.455,89	100

Sumber: Badan Pusat Statistik Provinsi Lampung, 2021

Salah satu industri pengolahan yang memanfaatkan sabut kelapa menjadi produk akhir seperti *cocopeat*, *cocofiber*, *coir net*, *coir shade*, *geotextile*, *coir pot*, dan *coir stick* yaitu PT XYZ. PT XYZ merupakan perusahaan industri pengolahan yang bergerak di bidang pertanian dengan bahan baku utama yaitu sabut kelapa. Permintaan yang dipenuhi oleh PT XYZ tidak hanya dari pasar domestik saja, tetapi juga memenuhi permintaan ekspor dari negara-negara hampir di seluruh dunia. Sehingga, bahan baku yang dibutuhkan perusahaan harus selalu tersedia tepat waktu. Keberhasilan dalam pengelolaan permintaan akan bergantung pada bagaimana sistem dan kelembagaan terkait yang saling bekerja dalam membentuk aliran distribusi yang efisien untuk memenuhi kepuasan konsumen.

PT XYZ dipilih sebagai objek dalam penelitian ini dengan pertimbangan bahwa perusahaan memiliki potensi yang cukup besar dalam industri pengolahan khususnya pengolahan sabut kelapa yang ada di Provinsi Lampung. PT XYZ memperoleh bahan bakunya dari pemasok sabut kelapa yang telah menjadi mitra perusahaan dan ketika pemasok tidak dapat memenuhi kebutuhan bahan bakunya, maka perusahaan akan menerima dari pemasok lain atau menggunakan persediaan bahan baku yang tersedia. Dalam menjalankan tugasnya, para pemasok belum mampu memenuhi kebutuhan bahan baku perusahaan secara tepat waktu. Proses pengiriman bahan baku dari pemasok sering kali mengalami keterlambatan. Hal ini menyebabkan proses produksi perusahaan menjadi terhambat. Peran pemasok tentu sangat besar karena harus senantiasa memenuhi kebutuhan bahan baku agar selalu tersedia tepat waktu, sehingga perusahaan dapat melakukan proses produksi sesuai dengan jumlah permintaan pelanggan.

Rantai pasok adalah rangkaian aktivitas dalam memperoleh bahan baku dan menyalurkan pasokan barang atau jasa tersebut sampai ke tempat pembeli atau pelanggan dan sampai ke konsumen akhir dengan kondisi baik. Kegiatan-kegiatan ini mencakup fungsi pembelian tradisional ditambah kegiatan penting lainnya yang berhubungan antara pemasok dengan

distributor (Kambey, S. F., Kawet, L., Sumarauw, J. S, 2016). Rantai pasok tidak hanya meliputi produsen dan pemasok, tetapi juga pengangkutan, gudang, pengecer, dan pelanggan itu sendiri. dalam organisasi masing-masing, seperti produsen, pemasok termasuk semua fungsi yang terlibat dalam menerima dan memenuhi permintaan pelanggan.

Keberhasilan rantai pasok dapat dicapai apabila kegiatan dari mulai penyediaan bahan baku hingga produk sampai ke konsumen akhir terkelola dengan baik. Pengelolaan rantai pasok ini dikenal dengan istilah manajemen rantai pasok. Manajemen rantai pasok adalah rangkaian pendekatan yang digunakan untuk mengintegrasikan pemasok, manufaktur, gudang, dan tempat persediaan lainnya secara efisien agar suatu produk dapat dihasilkan dan didistribusikan kepada konsumen dengan jumlah, tempat, dan waktu yang tepat untuk meminimalkan biaya yang dikeluarkan serta memenuhi kepuasan konsumen (Leppe, E. P., Karuntu, 2019).

Perusahaan dalam beroperasi memiliki aspek penting yaitu manajemen kinerja dan perbaikan secara berkelanjutan. Manajemen rantai pasok juga memerlukan pengukuran informasi kinerja rantai pasok. Hal ini harus dilakukan karena didalam manajemen rantai pasok tidak hanya melibatkan pihak-pihak internal perusahaan, tetapi juga melibatkan pihak-pihak eksternal seperti pemasok yang juga terlibat di dalamnya dan dituntut untuk memiliki kinerja yang bagus agar berjalan dengan baik, dengan memilih pemasok yang tepat maka perusahaan akan terhindar dari kekurangan bahan baku atau kerusakan barang (Furqon, 2014). Kinerja perusahaan akan sangat mempengaruhi tingkat loyalitas pemasok dalam menyalurkan bahan bakunya. Perusahaan harus meningkatkan kinerjanya agar pemasok dapat memiliki kepuasan dan tetap mengirimkan bahan baku kepada perusahaan.

Kepuasan pemasok akan menggambarkan bentuk pelayanan yang diberikan perusahaan berkaitan dengan kualitas produk, jumlah pengiriman, dan jaminan yang ditawarkan pemasok untuk mengirimkan bahan baku kepada

perusahaan. Tingginya tingkat persaingan perusahaan yang membutuhkan bahan baku serabut kelapa juga menjadi salah satu pertimbangan bagi perusahaan dalam meningkatkan tingkat loyalitas pemasok. Persaingan industri pengolahan sabut kelapa akan berpengaruh terhadap kemampuan pemasok dalam mengirimkan persediaan bakunya kepada PT XYZ. Banyaknya industri pengolahan sabut kelapa artinya akan semakin banyak pula perusahaan yang membutuhkan pasokan bahan baku. Sehingga perlu adanya kerja sama yang baik dengan pemasok agar pemasok tetap mempertahankan jumlah bahan baku yang dikirimkan.

Ketidakpastian pasokan akan mempengaruhi proses produksi perusahaan. Adanya kendala terhadap ketidakpastian pasokan akan menimbulkan masalah ketidakpastian produksi. Kendala ini yang terjadi pada PT XYZ, sehingga perusahaan tidak mampu memenuhi permintaan konsumen sesuai dengan waktu yang telah ditentukan. Adanya kendala ketidakpastian yang dialami PT XYZ menjadi sebuah tantangan yang harus dihadapi dalam rantai pasokan. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dikemukakan oleh (Pamungkassari, A. R., Marimin, M., & Yuliasih, I., 2018) bahwa ketidakpastian menjadi sumber utama kesulitan dalam pengelolaan suatu rantai pasok, ketidakpastian internal, maupun ketidakpastian dari permintaan produk itu sendiri.

Ketahanan rantai pasok menjadi isu yang sangat penting dalam dunia perindustrian. Perusahaan harus lebih memahami kerentanan rantai pasok yang dalam mengembangkan ketahanan rantai pasokannya. Dengan demikian, rantai pasok suatu perusahaan akan memperkuat daya saing perusahaan. Menurut (Rizki Putranto & Nursyamsiah, 2023) memaparkan bahwa sejumlah langkah ini patut untuk dipertimbangkan, yaitu: mengungkap dan mengatasi risiko tersembunyi dengan mengidentifikasi kelemahan, *diversifikasi* basis pasokan, menahan *safety stock*; memanfaatkan inovasi proses dengan teknologi; dan meninjau kembali pilihan keputusan variasi produk dan *fleksibilitas* kapasitas.

Penentuan rantai pasok dalam industri pengolahan dilakukan dengan tujuan perusahaan dapat melakukan kontrol terhadap sistem rantai pasok bahan baku yang berpengaruh terhadap kinerja perusahaan. Setelah menentukan rantai pasok perusahaan, maka selanjutnya dilakukan pengukuran terhadap kinerja rantai pasok. Dengan dilakukannya pengukuran kinerja rantai pasok maka akan memudahkan perusahaan dalam memperbaiki sistem manajemen rantai pasok. PT XYZ perlu dilakukan pengukuran kinerja rantai pasok agar perusahaan dan para pemasok dapat mencapai rantai pasok yang efektif dalam memenuhi permintaan konsumen. Dengan tercapainya manajemen rantai pasok yang efektif maka akan membantu perusahaan dalam mencapai tujuan dan mampu bersaing dalam pasar internasional.

Pemasaran merupakan suatu hal penting yang harus selalu diperhatikan dalam usaha yang bergerak pada bidang barang dan jasa. Persaingan dalam konteks pemasaran merupakan keadaan perusahaan dalam mempromosikan dan meningkatkan kualitas produk untuk dapat menarik simpatik konsumen. Pemasaran merupakan mata rantai yang sangat penting dan mempunyai peranan yang luas dan besar pengaruhnya terhadap pendapatan yang akan diterima oleh perusahaan. Proses pemasaran pada PT XYZ, bauran pemasaran belum terlaksana secara optimal. Hal ini disebabkan, perusahaan masih mengalami kesulitan dalam memasarkan produk sebab persaingan dengan negara lain yang cukup ketat. Selain itu, sulitnya produk sabut kelapa untuk menjangkau pasar Eropa karena ketatnya persaingan dengan negara lain. Oleh karena itu, pentingnya strategi yang harus dilakukan perusahaan dalam menjangkau konsumen dengan meningkatkan kualitas produk dan promosi melalui strategi bauran pemasaran.

1.2 Rumusan Masalah

Tingginya tingkat persaingan industri mendorong perusahaan dalam meningkatkan kualitas produk agar dapat bersaing di pasar internasional. PT XYZ merupakan perusahaan industri yang melakukan pengolahan sabut

kelapa untuk memenuhi kebutuhan pasar domestik dan global. Kebutuhan bahan baku yang tepat waktu dan berkualitas sangat dibutuhkan oleh perusahaan dalam memenuhi permintaan konsumen. Tingginya persaingan bahan baku dengan perusahaan sejenis akan menentukan tingkat loyalitas pemasok dalam mengirimkan bahan baku kepada perusahaan. Banyaknya pemasok yang terlibat dalam rantai pasok akan mendorong perusahaan dalam memperlihatkan manajemen rantai pasok yang efektif.

Persaingan pasar yang cukup tinggi dengan negara lain membuat barang yang dihasilkan perusahaan mengalami kesulitan untuk menembus pasar global khususnya di Benua Eropa. Oleh karena itu, untuk menghadapi tingkat persaingan pasar dunia, maka perusahaan harus menentukan strategi yang tepat untuk memasarkan produknya melalui identifikasi pada bauran pemasaran dengan menggunakan 4P yang terdiri dari *price, product, promotion, place*. Dengan melakukan analisis bauran pemasaran maka perusahaan akan dapat menciptakan langkah yang tepat dalam menarik konsumen. Hal tersebut yang mendasari peneliti untuk melakukan penelitian terkait analisis manajemen rantai pasok dan pemasaran pada pengolahan sabut kelapa dengan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kondisi rantai pasok yang dimiliki oleh PT XYZ?
2. Bagaimana kinerja rantai pasok di PT XYZ?
3. Bagaimana tingkat kepuasan pemasok terhadap PT XYZ?
4. Bagaimana bauran pemasaran sabut kelapa PT XYZ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Menganalisis kondisi rantai pasok sabut kelapa di PT XYZ.
2. Menganalisis kinerja rantai pasok sabut kelapa di PT XYZ.
3. Menganalisis tingkat kepuasan pemasok terhadap PT XYZ.
4. Menganalisis bauran pemasaran sabut kelapa di PT XYZ.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini bagi beberapa pihak adalah:

1. Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi perusahaan sebagai evaluasi terhadap kebijakan perusahaan yang selama ini diterapkan serta mampu memberikan informasi guna menciptakan peningkatan manajemen rantai pasok dan pemasaran yang mengarah pada kondisi perusahaan yang lebih baik.

2. Pemerintah

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan informasi dan pertimbangan dalam menentukan kebijakan terkait manajemen rantai pasok dan pemasaran pada industri pengolahan sabut kelapa.

3. Peneliti Lain

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pustaka dan referensi sekaligus pembanding bagi peneliti di masa mendatang.

II. TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Agroindustri

Agroindustri adalah kegiatan industri yang memanfaatkan hasil pertanian sebagai bahan baku, merancang, dan menyediakan peralatan serta jasa untuk kegiatan tersebut. Dengan demikian agroindustri meliputi industri pengolahan hasil pertanian, industri yang memproduksi peralatan dan mesin pertanian, industri input pertanian (pupuk, pestisida, herbisida dan lain-lain) dan industri jasa sektor pertanian. Agroindustri merupakan usaha meningkatkan efisiensi faktor pertanian hingga menjadi kegiatan yang sangat produktif melalui proses modernisasi pertanian. Melalui modernisasi di sektor agroindustri dalam skala nasional, penerimaan nilai tambah dapat di tingkatkan sehingga pendapatan ekspor akan lebih besar lagi (Turniasih & Dewi, 2016).

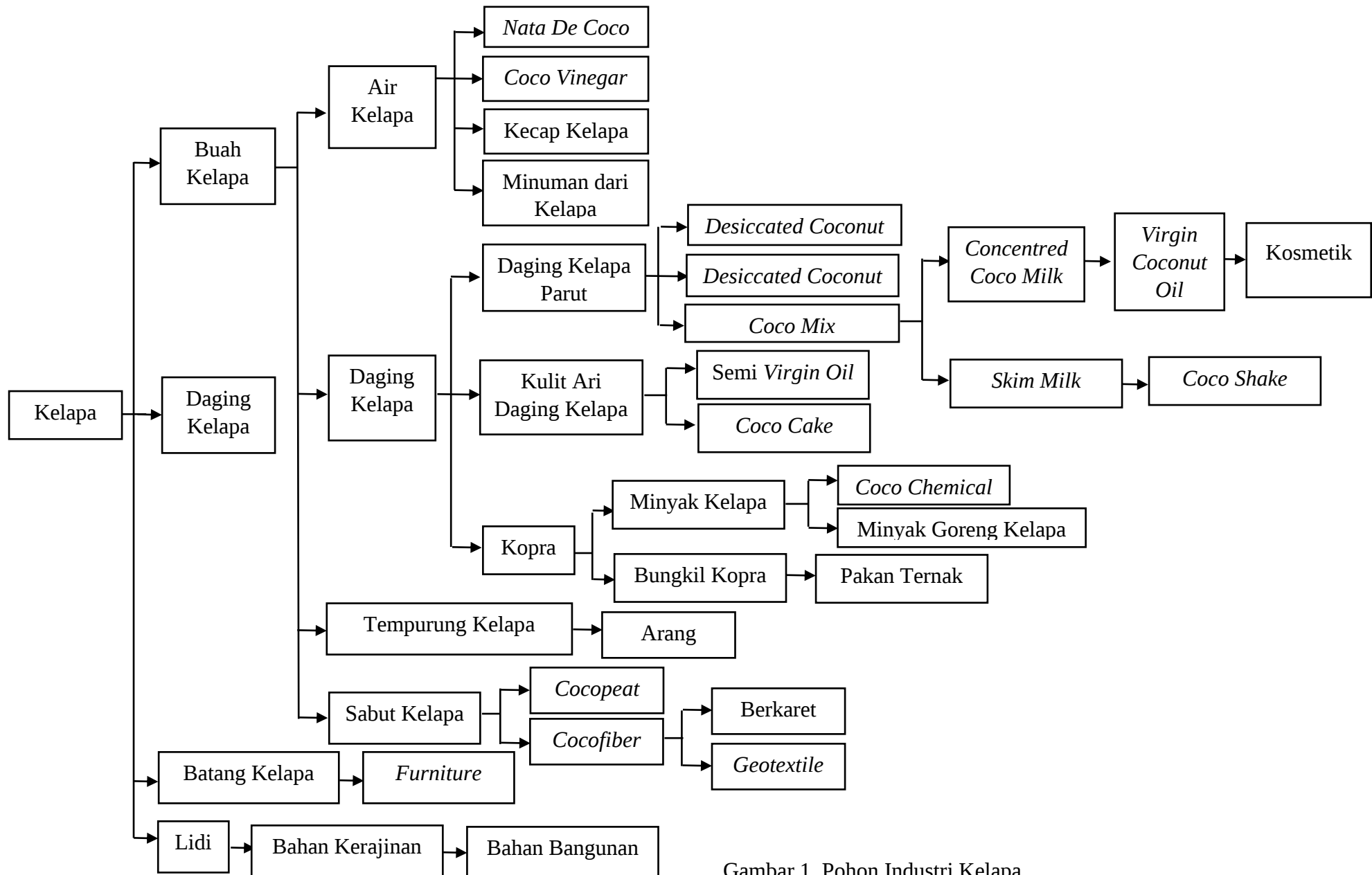
Menurut (Didik Indarwanta, 2011) agroindustri termasuk salah satu bagian dari subsistem agribisnis yang memproses dan mentransformasikan bahan-bahan hasil pertanian (bahan makanan, kayu dan serat) menjadi barang-barang setengah jadi yang langsung dapat dikonsumsi dan barang atau bahan hasil produksi industri yang digunakan dalam proses produksi seperti traktor, pupuk, pestisida, mesin pertanian dan lain-lain.

Agroindustri terdiri atas tiga kegiatan utama, yaitu pengadaan bahan baku, pengolahan, dan pemasaran. Agroindustri merupakan sub sektor

yang luas yang meliputi industri hulu sektor pertanian sampai dengan industri hilir. Industri hulu adalah industri yang memproduksi alat-alat dan mesin pertanian serta industri sarana produksi yang digunakan dalam proses budidaya pertanian, sedangkan industri hilir merupakan industri yang mengolah hasil pertanian menjadi bahan baku atau barang yang siap dikonsumsi atau merupakan industri pasca panen dan pengolahan hasil pertanian. Agroindustri merupakan bagian dari kompleks industri pertanian sejak produksi bahan pertanian primer, industri pengolahan atau transformasi sampai penggunaannya oleh konsumen. Agroindustri merupakan kegiatan yang saling berhubungan (*interelasi*) produksi, pengolahan, pengangkutan, penyimpanan, pendanaan, pemasaran dan distribusi produk pertanian (Herdiyandi Herdiyandi, 2016).

2.1.2 Kelapa

Kelapa merupakan tanaman perkebunan yang mempunyai nilai ekonomi tinggi. Tanaman kelapa juga sering disebut tanaman kehidupan, karena seluruh bagian tanaman kelapa dapat dimanfaatkan untuk kepentingan manusia seperti batang, akar, daun, buah, dan bunganya dapat digunakan sebagai bahan baku industri. Kelapa (*Cocos nucifera*) adalah anggota tunggal dalam marga *Cocos* dari suku Arenan atau *Arecace*. Tanaman kelapa tumbuh menahun (*Perenniel*), dapat mencapai umur lebih dari 50 tahun, bahkan dapat hidup antara 80-100 tahun (Risma Damayanti, 2018). Pabrik industri sering menggunakan kelapa sebagai bahan baku produk olahan yang dapat dipasarkan dengan nilai jual yang tinggi. Salah satunya yaitu bahan baku dari sabut kelapa yang dapat dijadikan sebagai kerajinan maupun sebagai media tanam tanaman. Hal ini dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Pohon Industri Kelapa

2.1.3 Rantai Pasok

Rantai pasok adalah jaringan perusahaan-perusahaan yang secara bersama sama bekerja untuk menciptakan dan menghantarkan suatu produk ke tangan pemakai akhir (Tubagus dkk., 2016). Perusahaan-perusahaan tersebut biasanya termasuk supplier, pabrik, distributor, toko atau ritel, serta perusahaan-perusahaan pendukung seperti perusahaan jasa logistik. Rantai pasokan merupakan hubungan keterkaitan antara aliran material atau jasa, aliran uang (*return/recycle*) dan aliran informasi mulai dari pemasok, produsen, distributor, gudang, pengecer sampai ke pelanggan akhir (*upstream - downstream*).

Rantai pasok mencakup semua aktivitas yang berkaitan dengan aliran dan transformasi barang dari bentuk bahan baku hingga sampai ke pengguna akhir (*end user*). Menurut (Tubagus dkk., 2016) rantai pasok pada dasarnya terdiri dari beberapa elemen, antara lain supplier, pusat manufaktur, gudang, pusat distribusi, sistem transportasi, retail outlet, dan konsumen. Salah satu aspek yang penting dalam rantai pasok adalah integrasi dan koordinasi dari semua aktivitas yang terjadi didalam rantai, suatu keputusan yang diambil akan berpengaruh langsung terhadap seluruh rantai pasok. Suatu perusahaan harus mengelola rantai pasok sebagai satu entitas. Dengan tercapainya koordinasi dari rantai pasok perusahaan maka di tiap channel dari rantai pasok perusahaan tidak akan mengalami kekurangan barang juga tidak sampai kelebihan barang terlalu banyak.

2.1.4 Manajemen Rantai Pasok

Manajemen rantai pasokan adalah suatu konsep atau mekanisme untuk meningkatkan produktivitas total perusahaan dalam rantai suplai

melalui optimalisasi waktu, lokasi dan aliran kuantitas bahan. Menurut (Nurhuda, 2017) manajemen rantai pasokan merupakan sistem terintegrasi yang mengkoordinasikan keseluruhan proses di organisasi/perusahaan dalam mempersiapkan dan menyampaikan produk/jasa kepada konsumen. Proses ini mencakup perencanaan (*plan*), sumber input bagi proses (*source*, misalnya pengiriman bahan mentah dari pemasok), proses transformasi input menjadi output (transportasi, distribusi, pergudangan (*deliver*), sistem informasi dan pembayaran produk/jasa, sampai produk/jasa tersebut dikonsumsi oleh konsumen, serta layanan pengembalian produk/jasa (*return*).

Manajemen rantai pasok menggambarkan koordinasi dari keseluruhan kegiatan rantai pasokan, dimulai dari bahan baku dan diakhiri dengan pelanggan yang puas. Rantai pasokan mencakup pemasok; perusahaan manufaktur dan /atau penyedia jasa; dan perusahaan distributor, grosir dan/atau pengecer yang mengantarkan produk dan/atau jasa ke konsumen akhir. Manajemen rantai pasok mempertimbangkan semua fasilitas yang berpengaruh terhadap produk yang dihasilkan dan biaya yang diperlukan dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Aktivitas-aktivitas tersebut, meliputi pembelian dan *outsourcing activities* ditambah dengan fungsi-fungsi lain yang akan meningkatkan hubungan antara pemasok dan distributor (Rohaeni & Sutawidjaya, 2020). Untuk mencapai keberhasilannya, manajemen rantai pasokan memerlukan fungsi individual untuk menyatukan aktivitas-aktivitas pada proses bisnis inti rantai pasokan dan mengkoordinasikannya.

Berikut ini akan diuraikan proses-proses bisnis inti manajemen rantai pasokan menurut (Rohaeni & Sutawidjaya, 2020): adalah sebagai berikut.

1. *Customer Relationship Management (CRM)*: langkah pertama manajemen rantai pasokan adalah mengidentifikasi pelanggan utama atau pelanggan yang kritis dengan misi dagang perusahaan. Rencana bisnis adalah titik awal identifikasi. Tim pelayanan pelanggan

(*customer service*) membuat dan melaksanakan program-program bersama, persetujuan produk dan jasa ditetapkan pada tingkat kinerja tertentu untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Untuk pelanggan baru, dikembangkan komunikasi dan prediksi yang lebih baik atas permintaan pelanggan. Lalu tim *customer service* bekerja sama dengan pelanggan mengidentifikasi dan menghilangkan sumber-sumber variabilitas demand. Dan terakhir para manajer mempelajari evaluasi-evaluasi tersebut untuk menganalisis pelayanan seperti apa yang akan diberikan pada pelanggan tersebut juga keuntungan yang diperoleh.

2. *Customer Service Management (CSM)*: sumber tunggal informasi pelanggan yang mengurus persetujuan produk dan jasa. *Customer Service* memberitahukan pelanggan informasi mengenai tanggal pengiriman dan ketersediaan produk berdasarkan informasi dari bagian produksi dan distribusi. Pelayanan setelah penjualan juga perlu, intinya harus secara efisien membantu pelanggan mengenai aplikasi dan rekomendasi produk.
3. *Demand Management*: Proses ini harus menyeimbangkan kebutuhan pelanggan dengan kemampuan supply perusahaan, menentukan apa yang akan dibeli pelanggan dan kapan.
4. *Customer Demand Fulfillment*: Proses penyelesaian pesanan ini secara efektif memerlukan integrasi rencana kerja antara produk, distribusi dan transportasi. Hubungan dengan rekan kerja yakni anggota primer rantai pasokan dan anggota sekunder diperlukan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dan mengurangi total biaya kirim ke pelanggan.
5. *Manufacturing Flow Management*: Pada umumnya, produk dihasilkan untuk memenuhi jadwal produksi. Seringkali produk yang salah mengakibatkan persediaan yang tidak perlu, meningkatkan

biaya penanganan/penyimpanan dan pengiriman produk terhambat. Dengan manajemen rantai pasokan, produk dihasilkan berdasarkan kebutuhan pelanggan. Jadi barang produksi harus fleksibel dengan perubahan pasar.

6. *Procurement*: Membina hubungan jangka panjang dengan sekelompok pemasok dalam arti hubungan win-win relationship akan mengubah sistem beli tradisional. Hubungan ini adalah melibatkan pemasok sejak tahap desain produk, sehingga dapat mengurangi siklus pengembangan produk serta meningkatkan koordinasi antara *engineering*, *purchasing* dan *supplier* pada tahap akhir desain.
7. Pengembangan Produk dan Komersialisasi: untuk mengurangi waktu masuknya produk ke pangsa pasar, pelanggan dan supplier seharusnya dimasukkan ke dalam proses pengembangan produk. Bila siklus produk termasuk singkat maka produk yang tepat harus dikembangkan dan dilaunching pada waktu singkat dan tepat agar perusahaan kuat bersaing.
8. Retur: Proses manajemen retur yang efektif memungkinkan kita mengidentifikasi produktivitas kesempatan memperbaiki dan menerobos proyek-proyek agar dapat bersaing.

2.1.5 Kinerja Rantai Pasok

Kinerja manajemen rantai pasokan adalah semua aktivitas pemenuhan permintaan konsumen yang dinyatakan secara kuantitatif. Hasil akhirnya adalah angka atau persentase dari aktivitas pemenuhan permintaan pelanggan oleh perusahaan (Dwi Apriyani, 2018). Tujuan dari pengukuran kinerja adalah:

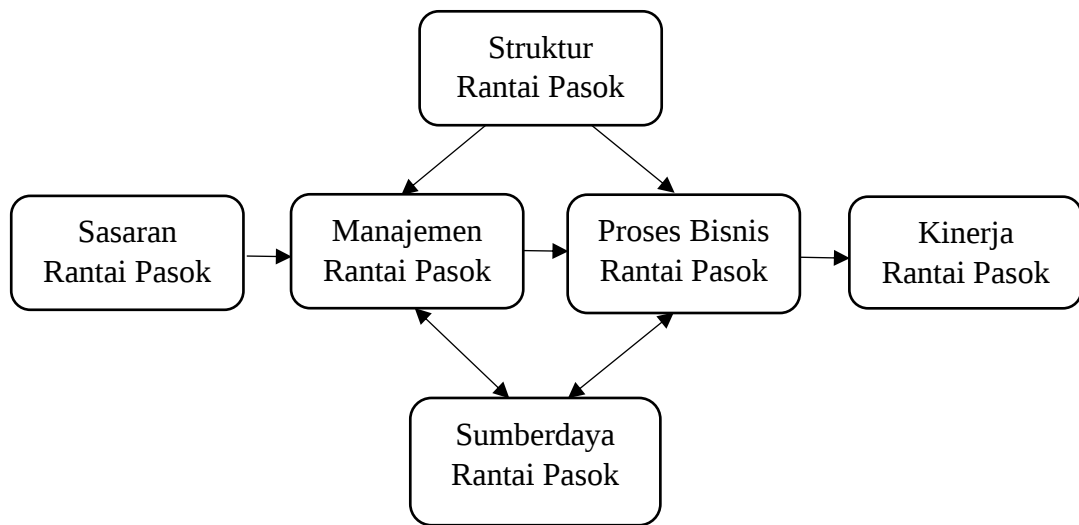
1. Untuk menciptakan proses penyampaian (*delivery*) secara fisik (barang mengalir dengan lancar dan persediaan tidak terlalu tinggi).

2. Melakukan *stream lining information flow* (adanya aliran informasi diantara tiap-tiap channel).
3. *Cash flow* yang baik pada setiap saluran dalam rantai pasokan.

Pengukuran kinerja rantai pasok akan ditujukan pada proses-proses yang terjadi di dalam perusahaan sehari-hari, dan kemudian dengan didasarkan atas kinerja yang telah didapat dari berbagai referensi akan dilakukan penilaian atas proses yang terjadi yang menggambarkan kinerja yang diukur tersebut. Pengukuran kinerja manajemen rantai pasokan digunakan untuk menentukan apa yang akan diukur dan dimonitor serta menciptakan kesesuaian antara strategi rantai pasokan dengan metrik pengukuran (Azmiyati & Hidayat, 2016). Setiap periode pengukuran dilakukan untuk mengetahui seberapa penting ukuran yang satu terhadap yang lain, siapa yang bertanggungjawab terhadap suatu ukuran tertentu adalah asset dan dari pertanyaan yang harus dijawab pada waktu mengembangkan sistem pengukuran kinerja rantai pasokan.

2.1.6 Food Supply Chain Network (FSCN)

Sistem pengukuran rantai pasok dalam perkembangannya perlu mengutamakan untuk mempertimbangkan rantai pasok sesuai dengan karakteristik yang spesifik. Karakteristik rantai pasok pangan berbeda dengan rantai pasok pada umumnya. Oleh karena itu rantai pasok pangan memiliki sistem pengukuran rantai pasok yang disesuaikan dengan karakteristiknya. Para pelaku pada jaringan mempengaruhi kinerja dari rantai pasok. Setiap pelaku bisa saja melakukan aturan yang berbeda pada rantai yang berbeda dan bekerjasama dengan rantai berbeda yang kemungkinan menjadi pesaingnya pada rantai lain (Clara Yolandika, 2016). Oleh karena itu, analisis rantai pasok yang dievaluasi dalam konteks jaringan yang kompleks pada rantai pasok pangan, yang dinamakan metode *Food Supply Chain Network* (FSCN). Kondisi rantai pasok dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Kerangka *Food Supply Chain Network* (FSCN)

Sumber: Vorst, 2006

Tahapan analisis dengan menggunakan kerangka *Food Supply Chain Network* (FSCN) dimulai dari analisis sasaran, struktur, manajemen, sumber daya, dan proses bisnis rantai pasok menurut (Suud, 2021) adalah sebagai berikut:

1. Struktur Rantai Pasok

Analisis struktur rantai pasok bertujuan untuk memilah anggota yang berperan penting dalam keberhasilan rantai pasok yang sejalan dengan tujuan rantai pasok, beserta kontribusi atau perannya di dalam jaringan rantai pasok. Struktur rantai pasok menjelaskan mengenai dua bagian dalam keanggotaan rantai, yaitu anggota primer dan anggota sekunder.

2. Sasaran Rantai Pasok

Sasaran rantai pasok dilihat dari dua bagian yaitu sasaran pasar (upaya segmentasi pasar, siapa konsumen, apa yang diinginkan serta dibutuhkan konsumen, dan siapa kunci utama yang menentukan sasaran rantai pasok), dan sasaran pengembangan merupakan target yang ingin dikembangkan perusahaan yang

dirancang bersama-sama oleh seluruh pelaku rantai yang terlibat (dapat berupa penggunaan teknologi atau sarana lain yang terbaru untuk dapat meningkatkan kinerja rantai pasok).

3. Manajemen Rantai Pasok

Manajemen rantai menjelaskan mengenai bagaimana koordinasi kegiatan dan struktur manajemen yang terjadi dalam jaringan rantai pasok, dilakukan dengan memanfaatkan sumber daya yang dimiliki untuk meningkatkan kinerja rantai pasok. Manajemen jaringan ini menjelaskan bagaimana pemilihan mitra, kesepakatan kontraktual, sistem transaksi dan kolaborasi rantai pasok yang dilakukan dalam rantai pasok.

4. Proses Bisnis Rantai Pasok

Proses bisnis rantai menjelaskan mengenai kegiatan maupun hubungan yang terjadi dalam rantai pasok. Bagian ini menjelaskan tentang hubungan bisnis antara anggota rantai pasok, pola distribusi (produk, modal, dan informasi), jaminan identitas merk, proses membangun kepercayaan dan aspek risiko.

5. Sumber Daya Rantai Pasok

Seluruh anggota rantai pasok mempunyai suatu sumber daya yang dimanfaatkan untuk menunjang pengembangannya perannya dalam rantai pasok. Sumber daya rantai pasok menjelaskan mengenai sumber daya yang digunakan oleh anggota rantai pasok sebagai upaya pengembangan serta perbaikan kinerja rantai pasok, meliputi sumber daya fisik, teknologi, manusia dan permodalan yang digunakan dalam rantai pasok.

2.1.7 *Supply Chain Operations Reference (SCOR)*

Model *Supply Chain Operations Reference* (SCOR) adalah sebuah bahasa rantai suplai, yang dapat digunakan dalam berbagai konteks

untuk merancang, mendeskripsikan, mengonfigurasi dan mengonfigurasi ulang berbagai jenis aktivitas komersial bisnis. Penerapan model *Supply Chain Operations Reference* (SCOR) dalam batas-batas tertentu cukup fleksibel dan dapat disesuaikan untuk meningkatkan produktivitas demi memenuhi kebutuhan konsumen. Model ini meliputi penilaian terhadap pengiriman dan kinerja pemenuhan permintaan, pengaturan inventaris dan asset, *fleksibilitas* produksi, jaminan, biaya-biaya proses, serta faktor-faktor lain yang mempengaruhi penilaian kinerja keseluruhan pada sebuah rantai pasokan (Saragih dkk., 2021).

Menurut (Rizqiah dkk., 2014) SCOR Model membagi proses manajemen rantai pasokan menjadi lima proses inti, yaitu: perencanaan (*plan*), pengadaan (*source*), produksi (*make*) distribusi (*deliver*), dan arus balik (*return*). Dengan fungsi yang berbeda untuk setiap prosesnya, yaitu:

1. Proses Perencanaan

Proses perencanaan adalah proses yang menyeimbangkan permintaan dan pasokan untuk menentukan tindakan terbaik dalam memenuhi kebutuhan pengadaan, produksi dan pengiriman.

2. Proses Pengadaan

Proses pengadaan barang maupun jasa untuk memenuhi permintaan yang mencakup penjadwalan pengiriman dari pemasok, menerima, mengecek, dan memberikan otoritas pembayaran untuk barang yang dikirim pemasok, memilih pemasok, dan mengevaluasi kinerja pemasok.

3. Proses Produksi

Proses produksi adalah proses untuk mentransformasikan bahan baku menjadi produk yang diinginkan pelanggan. Proses ini mencakup penjadwalan produksi, melakukan kegiatan produksi dan melakukan

pengecekan kualitas, mengelola barang setengah jadi, memelihara fasilitas produksi.

4. Proses Pengiriman

Proses ini menangani pesanan dari pelanggan, memilih jasa pengiriman, menangani kegiatan pergudangan produk jadi, dan mengirim tagihan ke pelanggan.

5. Proses Arus Balik

Proses arus balik adalah proses pengembalian atau menerima pengembalian produk karena beberapa alasan. Proses ini mencakup identifikasi kondisi produk, menerima otorisasi, pengembalian produk cacat, penjadwalan pengembalian dan melakukan pengembalian.

Keberlanjutan industri pengolahan sabut kelapa sangat bergantung kepada manajemen rantai pasok yang ada pada perusahaan. Perusahaan perlu menciptakan kepuasan pemasok dalam rangka mencapai keberhasilan kerjasama antara perusahaan dengan pemasok untuk mendapatkan tujuan perusahaan. Menurut (Septarianes, 2020) perusahaan tidak mampu menghasilkan produk yang berkualitas tanpa adanya tanggung jawab dari pemasok. Hubungan dari pemasok terhadap organisasi dan organisasi terhadap pelanggannya merupakan rangkaian proses pembentukan total kepuasan dari pemasok kepada pelanggan yang meliputi faktor-faktor seperti kualitas, harga, pengiriman, pelayanan, jumlah dan strategi.

Keterlambatan waktu pengiriman bahan baku sabut kelapa menjadi masalah rantai pasok pada PT XYZ. Untuk menjaga kestabilan rantai pasokan, maka perusahaan harus senantiasa menjaga kerjasama kepada para pemasok untuk memperoleh bahan baku. Oleh karena itu, kepuasan antar kedua belah pihak merupakan hal yang sangat penting untuk di pertahankan. Semakin puas pemasok dengan kinerja

perusahaan, maka akan semakin mudah dan percaya untuk mengirimkan bahan baku. Demikian pula dengan perusahaan, semakin lancar bahan baku yang dikirimkan maka tingkat kepuasan perusahaan dengan pemasok pun akan semakin tinggi. Dengan adanya pasokan bahan baku yang baik maka proses pemasaran produk pun akan berjalan dengan lancar karena permintaan konsumen dapat terpenuhi.

2.1.8 Kepuasan Pemasok

Kepuasan merupakan perasaan senang karena terpenuhinya keinginan dari dalam diri seseorang. Menurut (Andriani dkk., 2023) kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja atau hasil yang dirasakannya dengan harapannya. Dalam manajemen rantai pasok, kepuasan sering dikatakan sebagai faktor utama atas ketahanan hubungan dalam rantai pasok. Kepuasan akan menunjukkan timbulnya sikap loyalitas terhadap pelanggan yang pada akhirnya akan memberi kontribusi penting dalam membina hubungan kerjasama yang berjangka panjang.

Kepuasan pemasok dalam perusahaan industri memiliki peran penting dalam membangun loyalitas pemasok terhadap perusahaan. Loyalitas pemasok dapat tercapai apabila kepuasan pemasok telah terpenuhi. Pada penelitian (Andriani dkk., 2023) dalam manajemen rantai pasokan terdapat arus barang dan jasa, arus biaya, dan arus informasi dalam proses pengadaan barang dan jasa tersebut. Kegiatan pengadaan barang dan jasa membutuhkan komitmen dan kerjasama yang baik antara pembeli dengan pemasok. Oleh karena itu, kepuasan pemasok menjadi hal yang harus selalu diperhatikan oleh perusahaan dalam mendukung kegiatan produksi.

Sistem pengukuran kepuasan pemasok diperlukan untuk membandingkan kinerja produk yang diterima dengan yang diharapkan. Perusahaan dapat

mengembangkan nilai layanan yang dimiliki, untuk mencapai kepuasan para pemasok. Loyalitas pemasok perlu dijaga supaya para pemasok tidak berpaling kepada perusahaan lain dalam proses pengirimannya. Perusahaan dapat menjaga loyalitas pemasok dengan beberapa cara, diantaranya dengan menjalin komitmen, kepercayaan, sharing informasi, dan kerjasama yang baik. Hal ini dapat diwujudkan dengan adanya kerjasama yang saling menguntungkan antara kedua belah pihak dan sistem transaksi yang mudah. Pengukuran kepuasan pemasok dapat dilakukan dengan menggunakan skala likert dalam mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang suatu fenomena sosial. Skala yang digunakan dalam pengukuran ini terdiri dari skala 1-4 yang artinya:

Skor 1 = Sangat tidak puas
 Skor 2 = Tidak puas
 Skor 3 = Puas
 Skor 4 = Sangat puas.

Atribut yang digunakan dalam pengukuran ini menurut Filiani (dalam Idham Antaditama, 2014 halaman 42) diantaranya komitmen, kepercayaan, sharing informasi, dan kerjasama.

1. Komitmen

Komitmen pemasok merupakan janji, ikrar atau tekad pemasok untuk menjalin hubungan berkelanjutan dengan pembeli. Komitmen pemasok menunjukkan bahwa pemasok menganggap kelanjutan hubungan dengan pembelinya merupakan hal yang harus dijaga dengan baik. komitmen menyatakan percaya bahwa mitra pertukaran kerjanya akan bertindak dengan integritas. Komitmen dalam hal ini mencakup pemeliharaan hubungan antara perusahaan dan pemasok serta ketepatan sistem transaksi yang terjadi .

2. Kepercayaan

Kepercayaan merupakan kesediaan individu untuk menggantungkan dirinya pada pihak lain yang terlibat dalam pertukaran karena

individu mempunyai keyakinan kepada pihak lain. Ketika satu pihak mempunyai keyakinan bahwa pihak lain yang terlibat dalam pertukaran mempunyai kehandalan dan integritas, maka dapat dikatakan ada kepercayaan. Kepercayaan dalam hal ini mencakup keterbukaan perusahaan terhadap pemasok.

3. Sharing Informasi

Sharing informasi menggambarkan adanya pertukaran informasi yang diberikan antara individu dengan individu lain maupun dengan kelompok. Adanya pertukaran informasi memungkinkan adanya hubungan yang membuat antar pihak terkait menjadi dekat. Sharing informasi dalam kegiatan rantai pasok ini meliputi informasi yang diterima oleh anggota rantai pasok terhadap perusahaan.

4. Kerjasama

Kerjasama menggambarkan konsep yang menghubungkan dua atau lebih anggota rantai pasok dalam membangun komitmen dan mempertahankan proses hubungan yang saling menguntungkan antara kedua belah pihak. Kerjasama dalam kegiatan rantai pasok ini meliputi hubungan yang terjalin antara pemasok dengan perusahaan dalam mengirimkan jumlah pasokan bahan baku.

2.1.9 Bauran Pemasaran

Pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan oleh para pengusaha dalam usahanya untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya agar memperoleh keuntungan. Keberhasilan suatu perusahaan akan bergantung pada proses pemasaran suatu barang yang dihasilkan. Oleh karena itu, pemasaran dikatakan sebagai aktivitas yang dilakukan oleh seluruh para pelaku bisnis dalam melaksanakan konsep, promosi, harga serta mendistribusikan barang atau jasa untuk menentukan permintaan konsumen (Apriono, 2014).

Bauran pemasaran (*marketing mix*) merupakan strategi yang digunakan perusahaan dalam mencapai tujuan pasar yang efektif. Menurut (Mamonto dkk., 2021) unsur-unsur dari bauran pemasaran sendiri yaitu:

1. Produk (*Product*)

Produk merupakan segala sesuatu yang ditawarkan oleh perusahaan kepada konsumen. Produk merupakan elemen penting dalam sebuah program pemasaran. Strategi produk dapat mempengaruhi strategi pemasaran lainnya. Pembelian sebuah produk bukan hanya sekedar untuk memiliki produk tersebut tetapi juga untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

2. Harga (*Price*)

Harga merupakan salah satu bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapat bagi perusahaan sedangkan ketiga unsur lainnya seperti produk, distribusi, dan promosi menyebabkan timbulnya biaya atau pengeluaran. Selain itu, harga juga merupakan unsur yang fleksibel dan mudah berubah.

3. Tempat (*Place*)

Pemilihan lokasi merupakan hal yang sangat penting karena akan berdampak terhadap pemasaran. Lokasi akan menentukan kemudahan penyaluran saluran distribusi suatu barang. Proses pengadaan bahan baku dan pemasaran ke konsumen. Lokasi yang strategis maka akan semakin mudah dalam mendapatkan pasokan bahan baku, karena proses penyalurannya yang mudah. Dengan demikian, perusahaan pun akan semakin mudah dalam menjual produknya ke pasar global.

4. Promo (*Promotion*)

Promosi merupakan kegiatan memasarkan produk dengan cara membujuk konsumen melalui keunggulan produk tersebut dengan tujuan konsumen menjadi tertarik. Kegiatan promosi akan menentukan keputusan konsumen dalam pembelian. Promosi

dilakukan dengan tujuan menyampaikan atau mengkomunikasikan suatu produk kepada pasar sasaran, untuk memberi informasi tentang keistimewaan, kegunaan dan yang paling penting adalah tentang keberadaannya, untuk mengubah sikap ataupun untuk mendorong orang-orang supaya bertindak.

2.2 Kajian Penelitian Terdahulu

Penelitian yang berkaitan dengan manajemen rantai pasok yang dicantumkan merupakan referensi bagi penelitian yang akan dilakukan. Hasil yang terdapat dalam penelitian terdahulu juga dilakukan pengkajian apabila terdapat kesamaan ataupun perbedaan penelitian yang akan dilaksanakan. Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu topik dan metode analisis yang digunakan. Sedangkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu lokasi penelitian yang digunakan. Selain itu, pada penelitian ini juga membahas terkait tingkat kepuasan pemasok terhadap PT XYZ yang berdampak pada keberlanjutan pasokan untuk perusahaan.

Penelitian oleh Suud (2021) terkait Kinerja Manajemen Rantai Pasok Kelapa Di Provinsi Sulawesi Tengah dengan menggunakan metode analisis deskriptif yaitu kerangka proses *Food Supply Chain Networking* (FSCN) untuk mengidentifikasi kondisi rantai pasok kelapa dan Analisis *Supply Chain Operation Reference* (SCOR) digunakan untuk menganalisis kinerja manajemen rantai pasok kelapa. Hasil yang diperoleh berdasarkan penelitian yaitu kondisi rantai pasok kelapa dengan produk kopra putih cukup baik. Struktur rantai pasok perusahaan terdiri dari petani sebagai produsen kelapa, perusahaan sebagai *processor*, pelanggan yaitu perusahaan yang ada di Surabaya, serta penyedia layanan transportasi dan kemasan.

Penelitian oleh Putri Edika & Arida (2022) terkait Kinerja Rantai Pasok Arang Batok Kelapa Industri Kecil Menengah (IKM) Pante Baro Di

Kabupaten Bireuen. Metode analisis yang digunakan yaitu dengan menggunakan *Supply Chain Operations Reference* (SCOR) untuk mengukur performa rantai pasok perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai kinerja rantai pasok arang batok kelapa IKM Pante Baro di Kabupaten Bireuen sebesar 60% yang termasuk pada kategori cukup. Kinerja atribut terbaik berada pada atribut *reliability* yaitu dengan bobot sebesar 0,30. Kemampuan *responsiveness* merupakan atribut yang masih kurang dibandingkan dengan atribut lainnya dengan jumlah bobot hanya sebesar 0,04. Artinya dari persentase dan bobot yang didapatkan kinerja pada IKM Pante Baro harus ditingkatkan dengan maksimal agar mendapatkan persentase kinerja yang sangat baik.

Lalu penelitian oleh Piri dkk (2016) terkait Analisa Rantai Pasokan Produk Turunan Kelapa (Studi Pada PT. Royal *Coconut* Minahasa Utara). Metode analisis yang digunakan yaitu dengan metode kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemasok kelapa pada PT Royal *Coconut* dari daerah daerah desa Maumbi, Kawangkoan, Airmadidi, Matungkas, Laikit, Tatelu, Talawaan, sekitaran bandara, Paslaten dan Likupang. Pendistribusian produk turunan kelapa ini didistribusikan ke luar negeri yaitu Uni Emirate Arab, Dubai, Amerika Serikat, Belanda, Jerman, Rusia dan Turki menggunakan jasa ekspedisi Jayasakti melalui pelabuhan Bitung.

Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Athaillah & Humam Hamid (2018) terkait Analisis Efisiensi Kinerja Rantai Pasok Ikan Tuna Pada CV. Tuah Bahari dan PT. Nagata Prima Tuna Di Banda Aceh dengan menggunakan metode analisis SCOR (*Supply Chain Operation Reference*) untuk mengukur kinerja rantai pasok ikan tuna. Hasil yang diperoleh dari penelitian yaitu menunjukkan bahwa kinerja CV. Tuah Bahari dan PT. Nagat Prima Tuna belum optimal. Hasil pengukuran efisiensi kinerja CV. Tuah Bahari terdapat 4 KPI berada pada kategori Poor sementara pada PT Nagata Prima Tuna terdapat 9 KPI berada pada kategori Poor yang segera harus segera mendapat tindakan perbaikan. Sementara total nilai

performansi kedua perusahaan berada pada katagori *average*, dengan nilai Index Total CV. Buah Bahari 62.9 dan PT. Nagata Prima Tuna 52.7.

Penelitian oleh Indah Aryani (2022) terkait Analisis Kendali Rantai Pasok Kelapa Sawit Terhadap Kenaikan Harga Minyak Goreng Studi Kasus PTPN II Batang Kuis Medan dengan menggunakan metode SCOR (*Supply Chain Operations Reference*) dalam mengukur kinerja rantai pasokan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kendala dalam suplay chains kelapa sawit sangat berpengaruh terhadap stabilitas harga minyak goreng yang di produksi oleh perusahaan minyak goreng. Apabila terjadi kendala dalam supply chain maka akan mempengaruhi harga minyak goreng dan berdampak pada kinerja rantai pasok perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Fauziah & Vaulina (2020) terkait Kinerja Rantai Pasok Fillet Ikan Patin Beku di Desa Koto Mesjid Kecamatan Xiii Koto Kampar Kabupaten Kampar (Studi Kasus pada CV. Graha Pratama Fish). Metode analisis yang digunakan yaitu model *Supply Chain Operations Reference* (SCOR) untuk menghitung kinerja manajemen rantai pasok dan metode Hayami untuk menghitung nilai tambah ikan patin beku. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kinerja eksternal rantai pasok ikan patin belum mencapai 100%. Sedangkan, nilai tambah yang diperoleh pada ikan patin beku yaitu 4,81% atau sebesar Rp 6.391 per kg.

Penelitian oleh Siska Paramita dkk (2019) terkait Analisis Rantai Pasok Tomat di Kecamatan Sukau Kabupaten Lampung Barat. Metode analisis data yang digunakan yaitu analisis deskriptif kualitatif yang menganalisis mekanisme rantai pasok yaitu pola saluran sayuran unggulan di Kecamatan Sukau serta aliran produk, aliran finansial, serta aliran informasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa lembaga yang terkait dalam proses rantai pasok yaitu petani, agen, pedagang besar, dan pedagang pengecer. Mekanisme aliran barang dari hulu ke hilir yaitu petani sampai konsumen akhir. Aliran informasi terdiri dari dua arah yaitu antara petani dan antara

beberapa lembaga pemasaran dan aliran keuangan dari hilir ke hulu yaitu dari konsumen ke petani. Kinerja rantai pasok anggota telah mencapai standar kinerja, sehingga dalam kriteria baik. Untuk pengukuran ratio profit margin antar lembaga tersebar tidak merata dan Et.

Lalu penelitian oleh Lestari dkk (2016) terkait Analisis Kinerja Rantai Pasok dan Nilai Tambah Produk Olahan Kelompok Wanita Tani Melati di Desa Tridubisyukur Kecamatan Kebun Tebu Lampung Barat. Metode analisis data yang digunakan yaitu dengan *Supply Chain Operation References* (SCOR). Hasil penelitian menunjukkan bahwa hasil pengukuran kinerja produk KWT Melati terdapat ketidakefektifan pada atribut biaya manajemen khususnya metrik TSMC pada semua produk olahan. Selain itu, disimpulkan pula bahwa produk olahan produk yang memberikan nilai tambah.

Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Sholihah (2022) terkait Pengaruh Komitmen, Kepercayaan, dan Komunikasi terhadap Kepuasan Pemasok Pada PT. Natura Plastindo Kecamatan Gempol. Metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu analisis deskriptif. Hasil yang diperoleh pada penelitian ini yaitu Variabel komitmen, kepercayaan dan komunikasi berpengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama terhadap kepuasan pemasok material di PT. Natura Plastindo. Hal ini didukung dengan hasil uji simultan dengan hasil F hitung sebesar 16.483 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Artinya setiap peningkatan nilai variabel Komitmen, Kepercayaan, komunikasi secara bersama – sama, maka akan meningkatkan kepuasan pemasok material yang ada di PT. Natura Plastindo Kecamatan Gempol.

Penelitian oleh Devani (2016) terkait Analisis Kepuasan Pelanggan Dengan Menggunakan Metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) dan *Potential Gain In Customer Value* (PGCV). Metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu metode penelitian deskriptif analisis. Hasil yang diperoleh dari

penelitian ini adalah nilai *Customer Satisfaction Index* (CSI) pada bengkel *service* resmi Yamaha “MG” adalah sebesar 70,44% dan nilai ini menunjukkan pada kriteria puas. Kemudian, variabel yang masih menjadi prioritas utama dalam kegiatan perbaikan pada perusahaan ini adalah ketersediaan toilet bagi pelanggan.

Kemudian penelitian oleh Sari (2021), terkait Strategi Bauran Pemasaran (4P) Terhadap Produk Dari Tandan Buah Segar (Tbs) Kelapa Sawit Pada Pt. Beurata Subur Persada. Metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu metode kualitatif yang bersifat deskriptif. Hasil yang diperoleh pada penelitian ini yaitu produk yang dihasilkan dari PKS PT. Beurata Subur Persada memiliki kualitas yang baik sehingga memiliki ciri khas tersendiri untuk bersaing. Harga produk yang cenderung fluktuatif dengan sistem pembayaran bersifat kontrak. Promosi yang dilakukan oleh PT. Beurata Subur Persada yaitu dengan strategi *direct marketing* (pemasaran langsung) dan menggunakan media cetak. Kemudian, tempat (*place*) PKS PT. Beurata Subur Persada sangat strategis dengan dikelilingi oleh perkebunan kelapa sawit sebagai bahan baku.

Penelitian oleh Fadillah dkk (2020), terkait Analisa Hubungan Bauran Pemasaran dan Minat Beli Ulang Konsumen Kopi Pada Rimbun Espresso dan Brew Bar Kota Padang. Metode analisis yang digunakan pada penelitian ini yaitu metode survei. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini yaitu bauran pemasaran Rimbun Espresso & Brew bar sudah sangat baik. Hal ini ditunjukkan dari skor distribusi frekuensi kategori penilaian konsumen rata-rata pada bauran pemasaran yang mayoritas sudah berada pada kategori sangat baik. Skor distribusi frekuensi kategori penilaian konsumen terbesar pada bauran harga yaitu sebesar 69 orang dengan persentase 84% dan distribusi frekuensi kategori penilaian konsumen terendah berada pada bauran lingkungan fisik yaitu sebanyak 44 orang dengan persentase 54%.

2.3 Kerangka Pemikiran

Agroindustri kelapa merupakan pengolahan komoditas kelapa menjadi suatu produk yang memiliki nilai jual. Kelapa tidak hanya dapat dimanfaatkan bagian buahnya saja. Namun, semua bagian dapat diolah menjadi suatu produk yang bernilai jual salah satunya yaitu sabut kelapa. Sabut kelapa merupakan produk turunan kelapa yang dapat diolah menjadi produk seperti *cocofiber*, *cocopeat*, dan *cococoir*. Potensi pengembangan olahan sabut kelapa sudah cukup besar sehingga perlu dukungan dari penerapan mekanisme rantai pasoknya. Rantai pasok pengolahan sabut kelapa perlu dipastikan agar berjalan dengan baik dan perlu diperhatikan beberapa aspek untuk mendukung proses distribusi barang hingga sampai di tangan konsumen akhir. Manajemen rantai pasok dilakukan agar bahan baku yang dibutuhkan perusahaan senantiasa tersedia sesuai dengan jumlah permintaan konsumen agar tidak menghambat pada proses produksi perusahaan.

PT XYZ merupakan perusahaan industri pengolahan sabut kelapa yang memperoleh bahan baku kelapa dari pemasok. Proses pemasaran produk PT XYZ melibatkan banyak pihak, sehingga perusahaan perlu melakukan pengawasan untuk memperhatikan kondisi manajemen rantai pasok sehingga dapat berjalan dengan baik. Kondisi rantai pasok dapat dijelaskan melalui pendekatan *Food Supply Chain Network* (FSCN) yang terdiri dari sasaran rantai, struktur rantai, manajemen rantai, proses bisnis rantai dan sumberdaya rantai. Penerapan rantai pasok yang tidak efektif akan menyebabkan pada ketidakstabilan persediaan bahan baku dan proses produksi. Banyaknya lembaga yang terkait dalam memasok bahan baku di PT XYZ, sehingga perlu dilakukan pengukuran kinerja rantai pasok untuk meningkatkan kualitas produk dan menjaga kontinuitas bahan baku sabut kelapa. Kinerja rantai pasok dapat diukur dengan menggunakan metode *Supply Chain Operational Reference* (SCOR) yang terdiri dari dua atribut kerja yaitu internal (sebagai monitoring kemampuan *internal*) dan *eksternal* (berhubungan dengan pelanggan).

Keberlangsungan perusahaan industri akan sangat bergantung pada ketersediaan bahan baku dari pemasok. Oleh karena itu, kepuasan pemasok merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan agar pasokan bahan baku dapat berjalan dengan baik. Sehingga, dilakukan pengukuran tingkat kepuasan pemasok terhadap perusahaan dengan melihat dari beberapa indikator. Dengan tercapainya kepuasan pemasok maka perusahaan dapat menjalankan proses produksinya dengan baik. Kemudian, untuk menghadapi tingkat persaingan pada pasar global, maka perlu dilakukan analisis bauran pemasaran menggunakan unsur 4P yang terdiri dari *product*, *price*, *place*, dan *promotion*. Melalui analisis ini, perusahaan dapat mencapai tujuannya secara efektif dengan memperoleh keuntungan sebesar-besarnya. Diagram alir analisis manajemen rantai pasok pengolahan sabut kelapa di PT XYZ dapat dilihat pada Gambar 3.

III. METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi kasus dengan objek penelitian adalah PT XYZ. Menurut (Wahyuningsih dkk., 2013) metode studi kasus adalah serangkaian kegiatan ilmiah yang dilakukan secara intensif, terinci dan mendalam tentang suatu program, peristiwa, dan aktivitas, baik pada tingkat perorangan, sekelompok orang, lembaga, atau organisasi untuk memperoleh pengetahuan mendalam tentang peristiwa tersebut.

3.2 Konsep Dasar dan Batasan Operasional

3.2.1 Konsep Dasar

Konsep dasar dan batasan operasional mencakup pengertian yang digunakan untuk mendapatkan data dan melakukan analisis sehubungan dengan tujuan penelitian. Konsep dasar dan batasan operasional dalam penelitian ini adalah.

Kelapa adalah salah satu komoditas sektor perkebunan yang banyak digunakan sebagai bahan baku industri karena nilai ekonominya yang tinggi.

Agroindustri kelapa adalah kegiatan pengolahan kelapa dengan prinsip meningkatkan nilai tambah suatu barang.

Rantai pasok adalah jaringan aliran produk, informasi, dan uang secara terintegrasi yang melibatkan pihak-pihak, mulai dari hulu ke hilir, yang terdiri dari supplier, pabrik, pelaku kegiatan distribusi maupun jasa-jasa logistik.

Manajemen rantai pasok adalah sekumpulan aktivitas dan keputusan yang saling terkait untuk mengintegrasikan pemasok, manufaktur, gudang, jasa transportasi, pengecer dan konsumen secara efisien agar barang dan jasa dapat didistribusikan dalam jumlah, waktu dan lokasi yang tepat untuk meminimumkan biaya demi memenuhi kebutuhan konsumen.

Kinerja rantai pasok adalah kinerja tentang aktifitas yang berhubungan dengan arus barang, informasi, dan dana dari pemasok sampai dengan konsumen akhir.

FSCN adalah suatu model rantai pasokan komoditi dan produk pertanian yang dibahas secara deskriptif dengan menggunakan metode pengembangan rantai pasokan dan dimodifikasi oleh Van der Vorst sehingga memiliki lima elemen penting yaitu sasaran rantai, struktur rantai, manajemen rantai, sumberdaya rantai, dan proses bisnis rantai.

Sasaran rantai dibagi atas sasaran pasar dan sasaran pengembangan. Sasaran pasar menjelaskan bagaimana model rantai pasok berlangsung terhadap produk yang dipasarkan sedangkan sasaran pengembangan menjelaskan target yang akan dicapai di dalam rantai pasok yang hendak dikembangkan oleh beberapa pihak-pihak yang terlibat didalamnya.

Struktur rantai pasok adalah susunan suatu item kegiatan atau jaringan kerjasama pengadaan barang atau jasa yang berkerja sama dan saling terkait satu sama lain untuk membuat dan menyalurkan barang atau jasa.

Manajemen rantai merupakan bentuk pengendalian persediaan yang digunakan untuk memenuhi permintaan konsumen dalam mendukung proses produksi barang dan jasa.

Sumberdaya rantai mencakup setiap pelaku dalam rantai pasok yang memiliki sumberdaya masing-masing untuk mendukung upaya pengembangan rantai pasok. Sumberdaya dalam rantai pasok yang diteliti meliputi sumber daya fisik, manusia, teknologi dan modal.

Proses bisnis dalam rantai pasok menjelaskan aktifitas bisnis yang terjadi dalam rantai pasok dalam rangka mengetahui keseluruhan alur rantai pasok sudah terkoordinasi satu dengan lainnya.

SCOR adalah suatu model yang dikembangkan oleh *Supply Chain Council* (SCC) yang digunakan untuk mengukur dan meningkatkan kinerja total rantai pasokan perusahaan.

Atribut kinerja adalah kriteria rantai pasok yang memungkinkan untuk menganalisis dan mengevaluasi rantai pasok terhadap rantai pasok lainnya dengan strategi bersaing.

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

Reliability (reabilitas) adalah indikator kinerja rantai pasok dalam *Supply Chain Operations Reference* (SCOR) dalam memenuhi pesanan produk baik secara jumlah, waktu, dan kondisi yang tepat secara konsisten dalam memenuhi pemesanan yang telah dijanjikan baik oleh mitra petani produsen, produsen dan retail.

Benchmark adalah data patokan yang ditentukan oleh *Supply Chain Council* sebagai tolak ukur kinerja rantai pasok, dimana dalam benchmark terdapat tiga klasifikasi yaitu *parity*, *advantages* dan *superior*.

Superior adalah kategori perolehan nilai efektivitas tertinggi dalam suatu elemen kinerja rantai pasok.

Advantage adalah kategori perolehan nilai efektivitas menengah dalam suatu elemen kinerja rantai pasok.

Parity adalah kategori perolehan nilai efektivitas terendah dalam suatu elemen kinerja rantai pasok.

Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapan.

Kepuasan pemasok adalah perasaan senang karena terpenuhinya keinginan sesuai dengan harapan pemasok yang akan menunjukkan timbulnya sikap loyalitas terhadap pelanggan yang pada akhirnya akan memberi kontribusi penting dalam membina hubungan kerjasama yang berjangka panjang.

Pemasaran adalah aktivitas yang dilakukan oleh seluruh para pelaku bisnis dalam melaksanakan konsep, promosi, harga serta mendistribusikan barang atau jasa untuk menentukan permintaan konsumen.

Bauran pemasaran adalah alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk terus menerus mencapai tujuan perusahaannya di pasar sasaran.

3.2.2 Batasan Operasional

Tabel 3. Batasan operasional analisis manajemen rantai pasok

No.	Variabel	Batasan Operasional	Satuan
1.	Kinerja Pengiriman	Persentase jumlah pengiriman produk yang sampai di lokasi tujuan dengan tepat waktu sesuai keinginan konsumen	%
2.	Total produk dikirim tepat waktu	Pengiriman produk secara tepat waktu berdasarkan permintaan PT XYZ	Kg
3.	Total pengiriman produk	Total keseluruhan pesanan yang diharapkan sampai tepat waktu.	Kg
4.	Kesesuaian standar	Persentase jumlah pengiriman produk yang sesuai dengan standar keinginan konsumen.	%

Tabel 3. (lanjutan)

No.	Variabel	Batasan Operasional	Satuan
5.	Total Pengiriman sesuai standar	Total produk yang dikirim sesuai standar	Kg
6.	Total pesanan yang diminta	Total keseluruhan pesanan yang diharapkan sesuai standar konsumen.	Kg
7.	Pemenuhan pesanan	Persentase jumlah pengiriman produk sesuai dengan permintaan dan dipenuhi tanpa menunggu	%
8.	Permintaan terpenuhi	Total produk yang berhasil dikirimkan tanpa menunggu	Kg
9.	Total permintaan konsumen	Total keseluruhan pesanan yang diharapkan tanpa waktu tunggu.	Kg
10.	Fleksibilitas	Waktu yang dibutuhkan dalam merespon ketika terjadi perubahan eksternal tanpa ada biaya penalti.	Hari
11.	Siklus mencari barang	Waktu yang dibutuhkan untuk mencari barang sesuai pesanan konsumen	Hari
12.	Siklus mengemas barang	Waktu yang dibutuhkan untuk mengemas barang sesuai pesanan konsumen.	Hari
13.	Siklus mengirim barang	Waktu yang dibutuhkan untuk mengirim barang sesuai pesanan konsumen	Hari
14.	<i>Lead time</i>	Cepat lambatnya waktu yang diperlukan untuk memenuhi pesanan dari pelanggan.	Hari
15.	Siklus pemenuhan pesanan	Rata-rata waktu yang dibutuhkan untuk satu kali order ke pemasok	Hari
16.	Waktu perencanaan	Rata-rata waktu untuk merencanakan jumlah pesanan ke pemasok.	Hari
17.	Waktu sortasi	Rata-rata waktu untuk menyortasi pesanan dari pemasok	Hari
18.	Waktu pengemasan	Rata-rata waktu untuk mengemas pesanan dari pemasok	Hari
19.	Waktu pengiriman	Rata-rata waktu untuk mengirim pesanan ke konsumen	Hari

3.3 Lokasi Penelitian, Responden, dan Waktu Pengumpulan Data

Penelitian ini dilaksanakan di PT XYZ yang bergerak di bidang pertanian yang beralamat di Jl. Insinyur Sutami No.52, Campang Raya, Kec. Sukabumi, Kota Bandar Lampung, Lampung, 35244. PT XYZ merupakan salah satu perusahaan industri yang melakukan pengolahan serat sabut kelapa di Provinsi Lampung. Pemilihan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa PT XYZ merupakan salah satu industri pengolahan yang berkontribusi dalam pemanfaatan pengolahan

sabut kelapa. Selain itu, PT XYZ juga memiliki potensi besar dalam memasarkan produknya di pasar lokal hingga internasional.

Responden yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 19 orang yang terdiri dari kepala produksi dan pengadaan bahan baku perusahaan PT XYZ dengan pertimbangan bahwa kepala bagian pengadaan bahan baku lebih mengetahui keadaan pengendalian bahan baku perusahaan. Kemudian, pemasok yang mengirimkan pasokan bahan baku yang terdiri dari 1 pemasok *fiber*, 7 pedagang pengepul, dan 10 petani. Responden dalam penelitian ini adalah seluruh pemasok sabut kelapa yang terdiri dari petani kelapa, pedagang pengepul kelapa, pabrik pengolahan fiber, dan PT XYZ. Waktu pengumpulan data pada penelitian ini yaitu dimulai dari bulan Oktober - Desember 2023.

3.4 Jenis dan Metode Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua jenis data yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui observasi dan wawancara. Observasi dilakukan dengan melakukan pengamatan langsung terkait penanganan bahan baku sabut kelapa di gudang PT XYZ, sedangkan wawancara dilakukan dengan mengajukan pertanyaan kepada perusahaan dan karyawan bagian pengendalian persediaan bahan baku sabut kelapa. Data sekunder yaitu data pendukung yang diperoleh dari bahan-bahan literatur seperti dokumen- dokumen serta laporan-laporan dan kepustakaan lainnya yang terkait dengan persediaan bahan baku sabut kelapa di gudang PT XYZ.

Dalam suatu penelitian, metode pengumpulan data dimaksudkan untuk memperoleh bahan-bahan yang relevan, akurat, dan terpercaya. Instrumen yang digunakan dalam penelitian manajemen rantai pasok ini adalah:

1. Kuesioner

Kuesioner adalah pengumpulan data dengan cara menggunakan daftar pertanyaan yang diajukan kepada responden untuk dijawab dengan memberikan kuesioner terkait Analisis Manajemen Rantai Pasok dan Pemasaran Pada Pengolahan Sabut Kelapa di PT XYZ.

2. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data dengan bertanya langsung kepada perusahaan, penyalur, pengecer dan konsumen mengenai harga beli, harga jual dan biaya-biaya pemasaran dan juga kepada para karyawan/pegawai/staf perusahaan yang berhubungan dengan kegiatan manajemen rantai pasok di PT XYZ dengan menggunakan bantuan kuesioner. Wawancara dimaksudkan untuk memperoleh informasi secara luas berkaitan dengan tujuan penelitian ini dengan bantuan kuesioner.

3. Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data dengan melihat dan mempelajari langsung kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan manajemen rantai pasok dan pemasaran di PT XYZ.

4. Studi Pustaka

Studi pustaka adalah teknik pengumpulan data yang diperoleh dari bukubuku, majalah, jurnal, dan literatur lain yang relevan dengan masalah penelitian. Studi kepustakaan yang digunakan dalam penelitian ini merupakan penggunaan data sebagai teori dasar yang diperoleh serta dipelajari dalam pengendalian persediaan bahan baku dan pemasaran sabut kelapa.

3.5 Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah metode analisis deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Analisis deskriptif kualitatif digunakan untuk menjawab tujuan penelitian pertama, ketiga, dan keempat

yaitu mekanisme pola aliran rantai pasok pengolahan sabut kelapa, kepuasan pemasok terhadap perusahaan untuk melihat tingkat loyalitas pemasok, dan aspek pemasaran untuk produk olahan sabut kelapa di PT XYZ. Sedangkan, analisis deskriptif kuantitatif digunakan untuk mengukur kinerja rantai pasok pengolahan sabut kelapa diperusahaan. Berikut merupakan metode analisis data yang digunakan pada setiap tujuan penelitian, yaitu:

3.5.1 Metode Analisis Kondisi Rantai Pasok

Metode analisis data yang digunakan untuk menganalisis kondisi rantai pasok adalah dengan metode deskriptif kualitatif dengan menggunakan model *Food Supply Chain Network* (FSCN) yang merupakan rangka kerja rantai pasok. Analisis ini merupakan analisis yang biasanya digunakan untuk menganalisis suatu rantai pasok pada produk pertanian. Pada suatu rantai pasok terdapat suatu sistem rantai pasok yang terintegrasi dan terkoordinasi dengan baik. Kondisi rantai pasok dapat diketahui dengan menganalisis sasaran rantai pasok, struktur rantai pasok, sumber daya rantai pasok, dan proses bisnis rantai pasok.

3.5.2 Metode Analisis Kinerja Rantai Pasok

Pengukuran kinerja rantai pasok dihitung dengan menggunakan model *Supply Chain Operation References* (SCOR). Pengukuran dilakukan berdasarkan indikator yang digunakan dalam pengukuran. Pengukuran kinerja manajemen rantai pasok memiliki beberapa atribut dan metrik yang telah ditentukan. Atribut dalam SCOR Model yang menjadi perhatian untuk manajemen rantai pasok, antara lain *reliability*, *flexibility*, *responsivitas*, dan manajemen aset rantai pasok. Atribut kinerja akan diturunkan menjadi matrik-matrik kinerja sebagai berikut.

1. *Reability*

a. Kinerja Pengiriman

Kinerja pengiriman adalah persentase jumlah pengiriman produk yang sampai di lokasi tujuan dengan tepat waktu sesuai keinginan konsumen, dinyatakan dalam satuan persen (SCC, 2012). Secara sistematis dapat dituliskan sebagai berikut:

$$\text{Kinerja Pengiriman} = \frac{\text{Total produk dikirim tepat waktu}}{\text{Total pengiriman produk}} \times 100\%$$

b. Kesesuaian Standar

Kesesuaian dengan standar adalah persentase jumlah pengiriman produk yang sesuai dengan standar keinginan konsumen, dinyatakan dalam satuan persen (SCC, 2012). Secara sistematis dapat dituliskan sebagai berikut:

$$\text{Kesesuaian Standar} = \frac{\text{Total pengiriman sesuai standar}}{\text{Total pesanan yang dikirim}} \times 100\%$$

c. Pemenuhan Pesanan

Pemenuhan pesanan adalah persentase jumlah pengiriman produk sesuai dengan permintaan dan dipenuhi tanpa menunggu, dinyatakan dalam satuan persen (SCC, 2012). Secara sistematis dapat dituliskan sebagai berikut:

$$\text{Pemenuhan Pesanan} = \frac{\text{Permintaan yang dipenuhi tanpa menunggu}}{\text{Total pesanan yang dikirim}} \times 100\%$$

2. *Flexibility*

Fleksibilitas merupakan waktu rata-rata yang dibutuhkan dalam merespon ketika ada perubahan pesanan baik penambahan maupun pengurangan jumlah tanpa ada biaya penalti (SCC, 2012). Secara sistematis pemenuhan pesanan dapat dituliskan sebagai berikut:

$$\text{Flexibility} = \text{Siklus mencari barang} + \text{siklus mengemas barang} + \text{siklus mengirim barang}$$

3. *Responsiveness*

a. *Lead Time* Pemenuhan Pesanan

Lead time pemenuhan pesanan adalah cepat lambatnya waktu yang diperlukan untuk memenuhi pesanan dari pelanggan yang dinyatakan dalam satuan hari (SCC, 2012).

b. Siklus Pemenuhan Pesanan

Siklus pemenuhan pesanan adalah cepat lambatnya waktu yang dibutuhkan untuk satu kali order ke pemasok, dinyatakan dalam satuan hari (SCC, 2012).

Siklus Pemenuhan Pemesanan = Waktu perencanaan + waktu
sortasi + waktu pengemasan +
waktu pengiriman

4. *Manajemen Aset*

a. *Cash to Cash Cycle Time*

Cash to cash cycle time adalah perputaran uang agroindustri mulai dari pembayaran bahan baku ke pemasok, sampai dengan pembayaran atau pelunasan produk oleh konsumen, yang secara sistematis dapat dituliskan sebagai berikut :

Cash to cash cycle time = Persediaan harian + waktu yang
dibutuhkan konsumen membayar ke
agroindustri – waktu yang dibutuhkan
agroindustri membayar barang yang
diterima pemasok

b. Persediaan Harian

Persediaan harian adalah waktu tersedianya produk yang mampu mencukupi kebutuhan konsumen jika tidak terjadi pasokan produk secara berkelanjutan (SCC, 2012).

$$\text{Persediaan Harian} = \frac{\text{Rata-rata persediaan}}{\text{Rata-rata kebutuhan}}$$

Kemudian, setelah dilakukan pengukuran nilai pada setiap indikator yang telah ditetapkan oleh *Supply Chain Council*, hasil yang diperoleh dibandingkan dengan nilai Superior SCOR sebagai nilai *benchmark*-nya. *Benchmark* merupakan nilai acuan yang digunakan sebagai tolak ukur capaian kinerja untuk mengetahui kategori kinerja rantai pasok. Kualifikasi nilai kriteria kinerja di setiap indikator terdiri dari tiga level yaitu, *parity*, *advantage* dan *superior*. Klasifikasi nilai tersebut secara berturut-turut merupakan klasifikasi perolehan nilai tertinggi, menengah, dan terendah pada target efektivitas kinerja rantai pasok (Bolstorff dan Rosenbaum, 2011). Kriteria pencapaian kinerja rantai pasok dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Parameter atribut dan metrik kinerja rantai pasok

Atribut Kinerja	Benchmarking		
	<i>Parity</i>	<i>Advantage</i>	<i>Superior</i>
<i>Lead Time</i> Pemenuhan Pesanan (Hari)	7,00-6,00	5,00-4,00	≤3,00
Siklus Pemenuhan Pesanan (Hari)	8,00-7,00	6,00-5,00	≤4,00
Fleksibilitas Rantai Pasok (Hari)	42,00-27,00	26,00-11,00	≤10,00
<i>Cash To Cash Cycle Time</i> (Hari)	45,00-34,00	33,00-21,00	≤20,00
Persediaan Harian (Hari)	27,00-14,00	13,00-0,00	=0,00
Kinerja Pengiriman (%)	85,00-89,00	90,00-94,00	≥95,00
Pemenuhan Pesanan (%)	94,00-95,00	96,00-97,00	≥98,00
Kesesuaian dengan Standar (%)	80,00-84,00	85,00-89,00	≥90,00

Sumber : (Bolstorff dan Rosenbaum, 2011)

Sumber acuan utama terkait nilai benchmark rantai pasok khusus pada komoditas pertanian hingga saat ini belum ada. Nilai kinerja SCOR pada awalnya digunakan dalam mengukur kinerja komoditas non pertanian, sehingga perlu adanya penyesuaian tertentu untuk diaplikasikan pada komoditas lainnya. Nilai hasil pengukuran kinerja

komoditas pertanian mungkin saja lebih rendah dibandingkan dengan komoditas non pertanian karena produk pertanian memiliki sifat dan karakteristik tersendiri yang berbeda dengan produk non pertanian.

3.5.3 Metode Analisis Tingkat Kepuasan Pemasok

Metode analisis tingkat kepuasan pemasok pada PT XYZ yaitu menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif dengan menjabarkan kondisi tingkat kepuasan pemasok. Analisis ini digunakan untuk mengetahui tingkat loyalitas pemasok dalam mengirimkan pasokan bahan baku sabut kelapa ke PT XYZ yang akan mempengaruhi keberlanjutan industri pengolahan sabut kelapa perusahaan. Pengukuran tingkat kepuasan dilakukan untuk mengetahui tindakan yang harus dilakukan perusahaan untuk menghasilkan kinerja (*performance*) yang baik dan sesuai dengan harapan supplier dalam rangka menciptakan kepuasan supplier sebagai syarat tumbuhnya loyalitas.

Analisis tingkat kepuasan pemasok dilakukan dengan menggunakan beberapa atribut yang didalamnya terdapat beberapa pernyataan yang dapat menjawab tujuan peneliti. Pengukuran dalam analisis ini yaitu dilakukan dengan menggunakan skala *likert* dengan skala 1-4. Skor 1 menunjukkan sangat tidak puas, skor 2 menunjukkan tidak puas, skor 3 menunjukkan puas, dan skor 4 menunjukkan sangat puas. Setelah dilakukan pengukuran, lalu dianalisis secara deskriptif terkait hasil pengukuran yang menunjukkan tingkat kepuasan dengan menggunakan kriteria penilaian pada skor skala *likert*. Atribut kepuasan pemasok menurut Filiani (dalam Idham Antaditama, 2014 halaman 42) diantaranya yaitu dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Atribut kepuasan pemasok

Kepuasan	
Kepercayaan	1) Kepercayaan pemasok terhadap kinerja perusahaan 2) Kejujuran dan ketepatan penghitungan jumlah barang yang dilakukan perusahaan 3) Kejujuran dan ketepatan atas hasil seleksi kriteria barang
Komitmen	1) Kesiediaan pemasok untuk membuat kerjasama 2) Pemeliharaan hubungan yang dilakukan oleh perusahaan 3) Rendahnya pembatalan/penolakan barang yang tidak sesuai kriteria 4) Ketepatan perusahaan dalam waktu pembayaran 5) Kesesuaian pembayaran barang sesuai dengan janji
Sharing Informasi	1) Bertukar informasi secara berkesinambungan 2) Informasi dapat membantu semua pihak terkait 3) Pemberian masukan kepada para pemasok untuk perbaikan atas kesalahan 4) Pemberian informasi yang dipercaya
Kerjasama	1) Berdiskusi tentang perencanaan dan peramalan penjualan 2) Kerjasama ditetapkan berdasarkan kondisi yang saling menguntungkan 3) Meningkatkan hubungan berkelanjutan

Sumber: Filiani (dalam Idham Antaditama, 2014)

3.5.4 Metode Analisis Bauran Pemasaran

Metode analisis data yang digunakan untuk menganalisis bauran pemasaran pada perusahaan yaitu dengan menggunakan analisis deksriptif kualitatif. Analisis ini digunakan untuk mengetahui strategi pemasaran pada PT XYZ dalam memasarkan produk yang dihasilkan dengan menggunakan aspek 4P yaitu *product* (produk), *price* (harga),

place (tempat), dan *promotion* (promosi). Aspek bauran pemasaran pada pengolahan sabut kelapa PT XYZ dapat dilihat pada tabel 6.

Tabel 6. Aspek bauran pemasaran

Indikator	
<i>Product</i> (Produk)	1. Jenis produk yang dihasilkan dari sabut kelapa 2. Jumlah produksi sabut kelapa yang dikirimkan setiap pemesanan 3. Kualitas produk yang dihasilkan dari sabut kelapa
<i>Price</i> (Harga)	1. Harga yang ditetapkan oleh produsen untuk konsumen 2. Sistem pembayaran yang dilakukan oleh konsumen 3. Potongan harga untuk konsumen dalam jumlah tertentu
<i>Place</i> (Tempat)	1. Lokasi perusahaan untuk melakukan produksi sabut kelapa 2. Lokasi saluran distribusi 3. Saluran distribusi penjualan produk sabut kelapa
<i>Promotion</i> (Promosi)	1. Promosi produk dilakukan secara rutin 2. Promosi dilakukan untuk meningkatkan volume penjualan 3. Promosi dilakukan sesuai dengan kondisi produk 4. Media yang digunakan dalam promosi

Sumber : Kotler dan Keller (2016)

IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

4.1 Keadaan Umum Kota Bandar Lampung

4.1.1 Keadaan Geografi

Kota Bandar Lampung merupakan Ibu Kota Provinsi Lampung. Kota Bandar Lampung merupakan pusat kegiatan pemerintahan, sosial, politik, pendidikan dan kebudayaan, kota ini juga merupakan pusat kegiatan perekonomian daerah Lampung. Kota Bandar Lampung terletak di wilayah yang strategis karena merupakan daerah transit kegiatan perekonomian antar pulau Sumatera dan pulau Jawa, sehingga menguntungkan bagi pertumbuhan dan pengembangan perekonomian. Kota Bandar Lampung sebagai pusat perdagangan, industri dan pariwisata. Secara geografis Kota Bandar Lampung terletak pada 5° 20' sampai dengan 5°30' lintang selatan dan 105°28' sampai dengan 105°37' bujur timur. Ibukota provinsi Lampung ini berada di Teluk Lampung yang terletak di ujung selatan Pulau Sumatera. Kota Bandar Lampung memiliki luas wilayah 197,22 Km² yang terdiri dari 20 kecamatan dan 126 kelurahan. Wilayah administratif Kota Bandar Lampung mempunyai batas-batas sebagai berikut:

- a. Sebelah Utara berbatasan dengan Kecamatan Natar Kabupaten Lampung Selatan.
- b. Sebelah Selatan berbatasan dengan Teluk Lampung.
- c. Sebelah Barat berbatasan dengan Kecamatan Gedung Tataan dan Padang Cermin Kabupaten Pesawaran.

- d. Sebelah Timur berbatasan dengan Kecamatan Tanjung Bintang
Kabupaten Lampung Selatan

4.1.2 Keadaan Iklim dan Topografi

Kota Bandar Lampung memiliki iklim tipe A yang berarti lembab sepanjang tahun. Suhu udara Kota Bandar Lampung rata-rata sebesar 27,16°C dengan kelembaban udara sebesar 82,66 persen. Curah hujan di Kota Bandar Lampung selama tahun 2021 berkisar antara 84,10-384,20 mm dengan rata-rata suhu sebesar 23°C. Curah hujan tertinggi terjadi pada Bulan Januari dengan curah hujan mencapai 259,0 mm, sedangkan curah hujan terendah pada Bulan Agustus sebesar 42,9 mm. Tekanan udara minimal dan maksimal di Kota Bandar Lampung adalah 1010,27 mb dan 1008,30 mb. Kecepatan angin berkisar 2,78-3,80 knot dengan arah dominan dari Barat (November-Januari), Utara (Maret-Mei), Timur (Juni-Agustus), dan Selatan (September-Oktober).

Kota Bandar Lampung terletak pada ketinggian 0-700 meter di atas permukaan laut dengan wilayah topografi sebagai berikut:

- a. Daerah pantai yaitu sekitar Teluk Betung bagian Selatan dan Panjang
- b. Daerah perbukitan yaitu sekitar Teluk Betung bagian Utara
- c. Daerah dataran tinggi serta sedikit bergelombang terdapat di sekitar Tanjung Karang bagian Barat yang dipengaruhi oleh gunung Balau serta perbukitan Batu Serampok dibagian Timur Selatan
- d. Teluk Lampung dan pulau-pulau kecil bagian Selatan

4.1.3 Kondisi Demografis

Wilayah Kota Bandar Lampung memiliki luas sebesar 197,22 km² kepadatan penduduk pada tahun 2022 yaitu sebesar 1.209.937 jiwa. Jumlah penduduk paling banyak yaitu penduduk berjenis kelamin laki-laki sebanyak 615.871 jiwa, sedangkan penduduk berjenis kelamin perempuan sebanyak 594.066 jiwa. Mata pencaharian penduduk kota Bandar Lampung sangat beragam. Penduduk Kota Bandar Lampung sebagian besar berada dalam kelompok usia produktif, yaitu pada berusia 15-65 tahun. Jumlah penduduk menurut kecamatan dan jenis kelamin Kota Bandar Lampung Tahun 2022 dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7. Jumlah penduduk menurut kecamatan dan jeni kelamin Kota Bandar Lampung, 2022

Kecamatan	Laki-Laki	Perempuan	Jumlah
Teluk Betung Barat	21.995	20.647	42.642
Teluk Betung Timur	28.863	27.038	55.901
Teluk Betung Selatan	22.660	21.823	44.483
Bumi Waras	33.812	31.730	65.542
Panjang	42.755	41.096	83.851
Tanjung Karang Timur	22.743	21.954	44.697
Kedamaian	30.504	29.580	60.084
Teluk Betung Utara	28.248	27.319	55.567
Tanjung Karang Pusat	29.570	28.459	58.029
Enggal	14.939	14.788	29.727
Tanjung Karang Barat	34.679	33.341	68.020
Kemiling	46.701	45.206	91.907
Langkapura	23.011	22.197	45.208
Kedaton	30.081	29.412	59.493
Rajabasa	30.566	29.190	59.756
Tanjung Senang	32.600	31.907	64.507
Labuhan Ratu	27.374	26.990	54.364
Sukarame	35.592	34.681	70.273
Sukabumi	40.232	38.492	78.724
Way Halim	38.946	38.216	77.162
Bandar Lampung	615.871	594 066	1.209.937

Sumber : Badan Pusat Statistik, 2023

Kepadatan penduduk paling besar terdapat di Kecamatan Tanjung Karang Timur yakni 22.018 jiwa/ km², sedangkan kecamatan yang paling kecil kepadatan penduduknya adalah Kecamatan Sukabumi yaitu 3.336 jiwa/km².

4.2 Keadaan Umum Kecamatan Sukabumi

4.2.1 Letak Geografis

Kecamatan Sukabumi memiliki luas wilayah sebesar 25,09 Km². Dengan luas wilayah tersebut Kecamatan Sukabumi terdiri dari 7 kelurahan yaitu Sukabumi Indah, Sukabumi, Nusantara Permai, Campang Raya, Campang Jaya, Way Gubak, dan Way Laga. Berdasarkan Peraturan Daerah Kota Bandar Lampung Nomor 04 Tahun 2012, tentang Penataan dan Pembentukan Kelurahan dan Kecamatan, letak geografis dan wilayah administratif Kecamatan Sukabumi berasal dari sebagian wilayah geografis dan administratif Kecamatan Sukabumi , Tanjung Karang Timur dan Kecamatan Panjang dengan batas-batas sebagai berikut:

- a. Sebelah Utara : Kecamatan Sukarame
- b. Sebelah Selatan : Kecamatan Panjang
- c. Sebelah Timur : Kabupaten Lampung Selatan
- d. Sebelah Barat : Kecamatan Kedamaian

4.2.2 Keadaan Demografi

Berdasarkan data BPS Kecamatan Sukabumi (2022), pada tahun 2022 semester 2, penduduk Kecamatan Sukabumi berjumlah 72.190 jiwa dengan *sex ratio* yaitu 103,94 yang berarti jumlah penduduk laki-laki lebih banyak daripada penduduk perempuan. Kepadatan penduduk paling besar terdapat di Kelurahan Nusantara Permai yakni 15.270 jiwa/km², sedangkan kelurahan yang paling kecil kepadatan penduduknya adalah Kelurahan Way Gubak yaitu 976 jiwa/km². Jumlah

penduduk di Kecamatan Sukabumi menurut jenis kelamin dapat dilihat pada Tabel 8.

Tabel 8. Jumlah penduduk berdasarkan jenis kelamin menurut desa/kelurahan di Kecamatan Sukabumi

Desa/Kelurahan	Penduduk		Jumlah
	Laki-Laki	Perempuan	
Sukabumi Indah	21.995	20.647	42.642
Sukabumi	28.863	27.038	55.901
Nusantara Permai	22.660	21.823	44.483
Campang Raya	33.812	31.730	65.542
Campang Jaya	42.755	41.096	83.851
Way Gubuk	22.743	21.954	44.697
Way Laga	30.504	29.580	60.084
Sukabumi	615.871	594.066	1.209.937

Sumber : BPS Kecamatan Sukabumi, 2022

4.3 Keadaan Umum Perusahaan

4.3.1 Sejarah PT XYZ

PT XYZ merupakan perusahaan agribisnis yang bergerak di bidang pengolahan kelapa terintegrasi. Sebagai perusahaan yang berkomitmen mengembangkan produk turunan kelapa, PT XYZ bertekad untuk terus mengembangkan produk unggulan dan berkualitas, bermanfaat bagi masyarakat dan lingkungan serta diterima masyarakat global. PT XYZ memfokuskan bisnisnya pada pengolahan kelapa terpadu melalui teknologi terapan dan pengembangan jaringan.

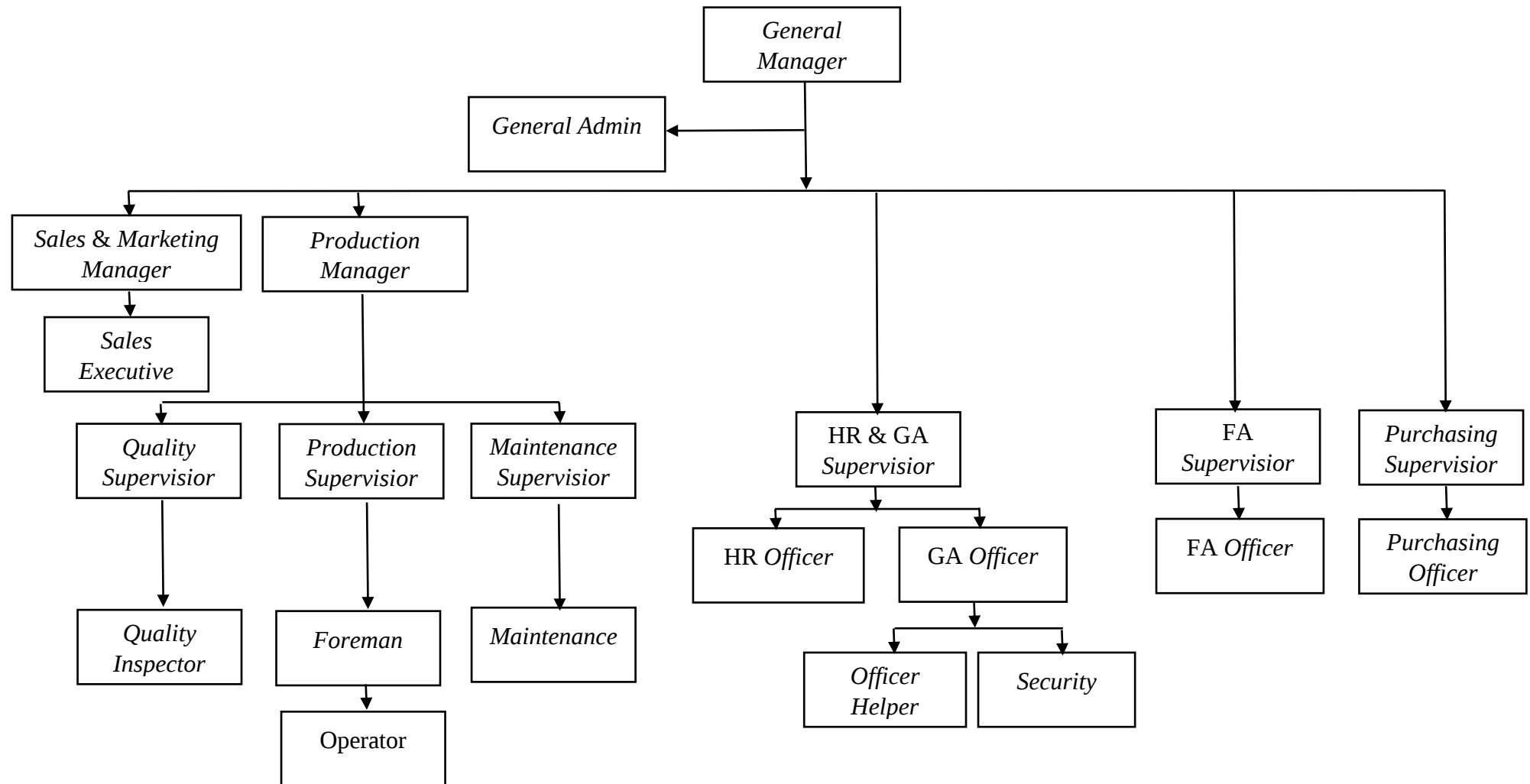
PT XYZ berkomitmen untuk berkontribusi terhadap pengembangan sumber daya manusia dan lingkungan. PT XYZ memiliki pabrik pengolahan sabut kelapa yang memproduksi keset pintu sabut kelapa untuk kebutuhan pasar ekspor di Kawasan Industri Sutami – Bandar Lampung. Saat ini PT XYZ sudah mengeksport produk sabut ke beberapa negara seperti Jerman, Rusia, China, Jepang, Singapura, USA, Inggris, Australia dan Korea Selatan.

4.3.2 Visi dan Misi PT XYZ

Setiap perusahaan memiliki visi misi yang dijadikan acuan dalam menjalankan perusahaannya agar dapat berkembang dengan baik. PT XYZ memiliki visi menjadi perusahaan global yang ahli dalam mengoptimalkan nilai tambah kelapa. Untuk mewujudkan visi tersebut, maka PT XYZ menerapkan misi untuk mengembangkan produk turunan kelapa yang bermanfaat bagi pemangku kepentingan.

4.3.3 Struktur Organisasi PT XYZ

Struktur organisasi merupakan bagian yang menjelaskan dan menunjukkan kerangka hubungan antara jabatan, fungsi, tugas, dan tanggung jawab masing-masing pegawai dalam satuan yang utuh. Salah satu cara yang dapat digunakan dalam rangka mencapai visi dan misi perusahaan adalah dengan memastikan terbentuknya koordinasi yang baik secara internal melalui struktur organisasi. Struktur organisasi pada PT XYZ dapat dilihat pada Gambar 4.



Gambar 4. Struktur Organisasi PT XYZ

Adapun tugas dan tanggungjawab dari masing-masing unsur pada organisasi tersebut adalah:

1. *General Manager*

General manager bertugas memimpin beberapa unit manajemen perusahaan atau seluruh manajer fungsional sehingga memiliki beberapa tanggung jawab terhadap seluruh bagian manajemen di perusahaan. Tugas dan tanggungjawab dari seorang *general manager* adalah membuat sebuah keputusan baik untuk jangka panjang maupun pendek, membuat sebuah kebijakan perihal terkait standar tertentu mengenai kualitas dan kuantitas. Selain itu, *general manager* juga bertugas dalam mengelola seluruh operasional perusahaan. Tanggungjawab dari *general manager* adalah untuk mempertahankan keberlangsungan perusahaannya sekaligus bertanggungjawab dalam semua kegiatan *internal* dan *eksternal* perusahaan.

2. *General Admin*

General admin memiliki tugas dan tanggungjawab dalam mengelola dokumen-dokumen penting perusahaan baik yang digunakan maupun yang disimpan dalam arsip. Bagian ini juga bertugas dalam mengatur timeline kegiatan perusahaan agar kegiatan operasional perusahaan dapat berjalan dengan lancar. *General admin* bertanggungjawab terhadap inventaris dan aset perusahaan.

3. *Sales & Marketing Manager*

Sales & marketing manager memiliki tugas dan tanggungjawab dalam Menyusun strategi penjualan perusahaan dengan baik. Bagian ini bertugas dalam memenuhi target penjualan dan meningkatkan *awareness* terhadap produk yang dimiliki perusahaan. Selain itu, *sales & marketing manager* juga bertugas dalam melakukan riset pasar untuk mengetahui kecenderungan konsumen, sehingga memutuskan untuk melakukan pembelian terhadap produk yang dihasilkan perusahaan.

4. *Production Manager*

Manajer produksi bertugas dalam memastikan proses produksi sesuai dengan target dan jadwal dengan standarisasi produk yang telah ditentukan. Manajer produksi bertanggungjawab terhadap semua kinerja produksi mulai dari perencanaan harian, monitoring kerja, evaluasi realisasi produksi harian, serta pelaporan secara berkala. Manajer produksi juga harus selalu memastikan proses perbaikan dengan tim untuk dapat mengembangkan semuanya meliputi karyawan, kualitas dan kuantitas, biaya dan peraturan, yang terpenting memastikan semua tahap produksi telah memenuhi keselamatan dan kesehatan kerja sesuai dengan regulasi pemerintah. Selain itu, bertanggung jawab atas efektivitas jalannya proses produksi, untuk menghindari kesalahan hasil produksi, serta bertanggung jawab dalam pendistribusian tugas kepada bawahan dan staff produksi yang berkompeten.

5. *HR & GA Supervisor*

HR & GA Supervisor bertugas dan bertanggungjawab untuk mengawasi dan mengelola kegiatan administrasi seperti absensi, kedisiplinan, *medical*, kontrak kerja, *maintenance building*, dan keamanan. Bagian ini juga bertugas untuk mengawasi dan memantau hasil kerja pada semua karyawan.

6. *FA Supervisor*

FA Supervisor bertugas dan bertanggungjawab untuk memastikan staf yang bekerja di bawahnya bekerja dengan baik. Bagian ini bertanggung jawab untuk mengawasi, serta mengelola sebuah produksi dan pelayanan kepada konsumen, juga membimbing dan mengatur rekan kerja bawahannya guna mencapai tujuan perusahaan. Selain itu, *supervisor* juga bertugas untuk mengontrol dan memberikan evaluasi dari setiap pekerjaan yang telah dilakukan oleh karyawan.

7. *Purchasing Supervisor*

Purchasing supervisor memiliki tugas dan tanggungjawab dalam pembelian barang dari *supplier* atau pemasok. Bagian ini juga memiliki tanggungjawab untuk menjaga jumlah stock, hingga melakukan negosiasi dengan *vendor*. Selain itu, bagian ini juga bertanggungjawab dalam mengajukan pembiayaan untuk biaya pembelian barang atau hasa kepada bagian keuangan.

4.3.4 Produk PT XYZ

Sebagai perusahaan agribisnis yang bergerak dibidang pengolahan kelapa PT XYZ menyediakan berbagai jenis olahan sabut kelapa yang akan dikirimkan ke berbagai negara seperti Jerman, Rusia, China, Jepang, Singapura, USA, Inggris, Australia dan Korea Selatan. Daftar produk yang dijual di PT XYZ dapat dilihat pada Tabel 9.

Tabel 9. Jenis produk yang dijual di PT XYZ

No.	Jenis Produk
1.	<i>Cocofiber</i>
2.	<i>Cocopeat</i>
3.	<i>Coir Chip</i>
4.	<i>Coir Twine</i>
5.	<i>Coir Twine Net</i>
6.	<i>Coir Log</i>
7.	<i>Doormat</i>
8.	<i>Coir Geotextile</i>
9.	<i>Coir Mat</i>
10.	<i>Coir Sheet</i>
11.	<i>Coir Pot</i>
12.	<i>Coir Disk</i>
13.	<i>Coir Stick</i>
14.	<i>Coir Rope</i>
15.	<i>Coir Brush</i>
16.	<i>Coir Basket</i>

Sumber: PT XYZ, 2023

4.3.5 Jangkauan Pemasaran

Pemasaran merupakan satu aktivitas dalam menyalurkan barang atau jasa kepada para konsumen untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen. Pemasaran dilakukan oleh perusahaan dalam rangka mengembangkan usahanya agar memperoleh keuntungan. PT XYZ sebagai perusahaan yang menyediakan berbagai macam produk olahan sabut kelapa memasarkan produknya secara online. Sehingga, konsumen dapat mengakses seluruh informasi produk perusahaan dengan mudah. Konsumen dapat mengakses informasi terkait produk melalui *website* resminya yaitu XYZ.

Perusahaan perlu mempelajari kebutuhan dan keinginan konsumen serta keadaan yang terjadi disekitarnya agar usahanya dapat terus berkembang dan semakin maju, terlebih konsumen PT XYZ berada di beberapa negara di dunia. Jangkauan pemasaran dari PT XYZ cukup luas karena produk yang dihasilkan merupakan produk yang dipasarkan di pasar ekspor. Jangkauan pemasaran untuk konsumen ekspor PT XYZ tersebar di beberapa negara diantaranya yaitu Jerman, Rusia, China, Jepang, Singapura, USA, Inggris, Australia dan Korea Selatan. Sedangkan untuk pemasaran lokal, PT XYZ memasarkannya di Pulau Jawa dan Bali.

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka kesimpulan yang dapat diperoleh yaitu:

1. Kondisi rantai pasok sabut kelapa di PT XYZ berdasarkan kerangka *Food Supply Chain Network* (FSCN) meliputi struktur rantai yang terdiri dari petani kelapa, pedagang pengepul, pemasok *fiber*, PT XYZ dan *buyer*, sasaran rantai pasok yaitu pasar lokal dan internasional dengan sasaran pengembangan berupa peningkatan kemampuan produksi dan penyediaan mesin yang memadai oleh pemasok. Manajemen rantai yang terjadi terdiri dari pemilihan mitra dilakukan dengan membangun koordinasi dan sikap saling percaya dengan kesepakatan yang terjalin antara pemasok dengan perusahaan hanya berupa kesepakatan lisan. Sistem transaksi yang digunakan adalah tunai dan non tunai dengan pembayaran langsung atau tunda. Dukungan pemerintah yang diberikan kepada perusahaan yaitu berupa pelatihan, bimbingan teknis, dan sosialisasi terkait pengembangan produk turunan kelapa agar semakin banyak inovasi yang digunakan. Para pelaku rantai menggunakan sumberdaya fisik, manusia, teknologi, dan manusia untuk memaksimalkan kegiatannya. Proses bisnis rantai yang terjadi didasarkan pada pola distribusi, aspek resiko, dan proses membangun kepercayaan (*trust building*).
2. Pengukuran kinerja rantai pasok pengolahan sabut kelapa pada PT XYZ berdasarkan matriks siklus pemenuhan pesanan pada anggota rantai petani dan pabrik pengolah berada pada kategori *parity*, serta pada

tingkat perusahaan tidak tergolong pada kategori (*uncategorized*) karena berada di bawah nilai *parity*. Matriks *fleksibilitas* dan *cash to cash cycle time* pada anggota rantai petani, pengepul, dan pemasok berada pada kategori *superior*, sedangkan perusahaan berada pada kategori *parity*.

3. Kepuasan pemasok terhadap PT XYZ dilihat berdasarkan empat atribut diantaranya kepercayaan, komitmen, *sharing* informasi, dan kerjasama. Pada masing-masing atribut menunjukkan bahwa pemasok memiliki tingkat kepuasan yang cukup besar kepada perusahaan, karena perusahaan memiliki komitmen yang baik dengan saling menjaga kepercayaan. Selain itu, perusahaan juga selalu memberikan informasi yang akurat kepada pemasok sehingga kerjasama yang terjalin antara pemasok dan perusahaan pun baik. Hal inilah yang mendasari pemasok memiliki tingkat loyalitas yang tinggi terhadap perusahaan dalam keberlanjutan pengiriman pasokan bahan baku.
4. Kegiatan pemasaran di PT XYZ telah menerapkan *marketing mix* 4p yang terdiri dari komponen produk, harga, tempat, dan promosi. Keempat komponen tersebut telah dilaksanakan dengan optimal, promosi yang dilakukan perusahaan pun tidak bervariasi, sebab perusahaan telah memiliki target pasarnya sendiri yaitu pasar ekspor. Sehingga, perusahaan hanya harus mempertahankan kualitas produk yang dihasilkan agar sesuai dengan permintaan pasar ekspor.

6.2 Saran

Adapun saran yang dapat diberikan penulis pada penelitian ini yaitu:

1. Bagi PT XYZ diharapkan melakukan pemeriksaan secara intensif mengenai pengadaan bahan baku hingga proses produksi *fiber* oleh pabrik pengolah serta penggunaan alat produksi agar meminimalisir terjadinya keterlambatan pengiriman bahan baku yang disebabkan oleh kerusakan mesin produksi dan meminimalisir adanya *rejection fiber* yang diterima perusahaan.

2. Bagi pabrik pengolahan diharapkan dapat meningkatkan kinerja rantai pasoknya untuk menghasilkan *fiber* dengan kualitas yang sesuai dengan permintaan pasar secara tepat waktu.
3. Bagi peneliti lain diharapkan melakukan penelitian mengenai analisis nilai tambah pada produk olahan sabut kelapa di PT XYZ.

DAFTAR PUSTAKA

- Andriani D, Arso SP, dan Raharjo M. 2023. Analisis Kepuasan Pemasok terhadap Proses Pengadaan Barang dan Jasa serta Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya di RSUP Dr. Kariadi Semarang. *Jurnal Ilmu Kesehatan Masyarakat*, 12(01), 71–78. <https://doi.org/10.33221/jikm.v12i01.1887>
- Apriono D, Dolorosa E, dan Imelda. 2014. Analisis Efisiensi Saluran Pemasaran Ikan Lele di Desa Rasau Jaya 1 Kecamatan Rasau Jaya Kabupaten Kubu Raya . *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian* , 1(3), 29–36.
- Athaillah T, Hamid AH, dan Indra 2018. Analisis Efisiensi Kinerja Rantai Pasok Ikan Tuna Pada Cv. Tuah Bahari Dan Pt. Nagata Prima Tuna Di Banda Aceh (*Performance Efficiency Analysis of Tuna Fish Supply Chain at CV. Tuah Bahari and PT. Nagata Prima Tuna in Banda Aceh*). 9(2).
- Azmiyati S dan Hidayat S. 2017. Pengukuran kinerja rantai pasok pada PT. Louserindo Megah Permai menggunakan Model SCOR dan FAHP. *Jurnal Al-Azhar Indonesia Seri Sains dan Teknologi*, 3(4), 163-170. www.supplychain.org,
- Bolstorff dan Rosenbaum. 2011. Supply Chain Excellence A Handbook for Dramatic Improvement Using the SCOR Model. *Prentice Hall. New York*.
- Chopra, Sunil, and Peter Meindl. 2004. *Supply Chain Management*. 2nd ed. New Jersey: Prentice Hall.
- Yolandika C, Nurmalina R, dan Suharno. 2016. Rantai Pasok Brokoli di Kecamatan Lembang Kabupaten Bandung Barat dengan Pendekatan Food Supply Chain Networks. *Jurnal Penelitian Pertanian Terapan*, 16, 155–162.
- Devani V dan Rizko RA. 2016. Analisis Kepuasan Pelanggan Dengan Menggunakan Metode *Customer Satisfaction Index* (Csi) Dan *Potential Gain In Customer Value* (PGCV). *Jurnal Ilmiah Rekayasa Dan Manajemen Sistem Informasi*, 2, 24–29.
- Indarwanta D. 2011. Kajian Potensi (Study Kelayakan) Pengembangan Agroindustri di Desa Gondangan Kecamatan Jogonalan Klaten. . *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(2), 1–13.
- Apriyani D, Nurmalina R, dan Burhanuddin. 2018. Evaluasi Kinerja Rantai Pasok Sayuran Organik Dengan Pendekatan *Supply Chain Operation Reference* (SCOR). *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 8(2), 312–335.

- Fadillah R, Triana L, dan Sari, R. 2020. Analisis Bauran Pemasaran dan Minat Beli Ulang Konsumen Kopi pada Rimbun Espresso & Brew Bar Kota Padang. *JOSETA: Journal of Socio-economics on Tropical Agriculture*, 2(1). <https://doi.org/10.25077/joseta.v2i1.222>
- Fauziah dan Vaulina S. 2020. Kinerja Rantai Pasok Fillet Ikan Patin Beku Di Desa Koto Mesjid Kecamatan Xiii Koto Kampar Kabupaten Kampar (Suatu Kasus Pada Cv. Graha Pratama Fish). *Jurnal Agribisnis Indonesia*, 8(2), 115–130. <https://doi.org/10.29244/jai.2020.8.2.115-130>
- Furqon C. 2014. Analisis Manajemen dan Kinerja Rantai Pasokan Agribisnis. *Jurnal Riset Manajemen*, 3(2).
- Herdiyandi, Rusman Y, Yusuf MN. 2016. Analisis Nilai Tambah Agroindustri Tepung Tapioka Di Desa Negaratengah Kecamatan Cineam Kabupaten Tasikmalaya (Studi Kasus Pada Seorang Pengusaha Agroindustri Tepung Tapioka di Desa Negaratengah Kecamatan Cineam Kabupaten Tasikmalaya). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa AGOINFO GALUH*, 2(2), 81-86. <http://dx.doi.org/10.25157/jimag.v2i2.62>
- Hidayat A, Andayani SA, dan Sulaksana J. 2017. Analisis Rantai Pasok Jagung (Studi Kasus Pada Rantai Pasok Jagung Hibrida (Zea Mays) Di Kelurahan Cicurug Kecamatan Majalengka Kabupaten Majalengka) *Analysis Of The Corn Supply Chain (Case Study on Supply Chain Hybrid Corn (Zea Mays) In Sub Cicurug District of Majalengka Majalengka)*. *Jurnal Ilmu Pertanian dan Peternakan*, 5(1).
- Aryani I, Naibaho WA, dan Aisyah S. 2022. Analisis Kendali Rantai Pasok Kelapa Sawit Terhadap Kenaikan Harga Minyak Goreng Studi Kasus PTPN II Batang Kuis Medan . *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen (JIKEM)*, 2(1), 1990–1996.
- Kambey SF, Kawet L, dan Sumarauw JS. 2016. Analisis Rantai Pasokan Kubis di Kelurahan Rurukan Kota Tomohon. *Jurnal EMBA*, 4(5). 303-408.
- Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. 2022. Perkembangan Kinerja Neraca Perdagangan, Ekspor, dan Impor Edisi Oktober 2022.
- Kementerian Pertanian. 2022. Statistik Perkebunan Unggulan Nasional 2020-2022. Sekretariat Direktorat Jendral Perkebunan. Jakarta
- Kotler dan Gary Armstrong. 2016. Jilid 1, Edisi 9. Dasar-dasar Pemasaran. Jakarta: Erlangga. p125.
- Leppe EP dan Karuntu M. 2019. Analisis Manajemen Rantai Pasokan Industri Rumahan Tahu Di Kelurahan Bahu Manado. *Jurnal EMBA*, 7(1), 201–210.
- Lestari S, Abidin Z, dan Sadar S. 2016. Analisis Kinerja Rantai Pasok Dan Nilai Tambah Produk Olahan Kelompok Wanita Tani Melati Di Desa Tribudisyukur Kecamatan Kebun Tebu Lampung Barat. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis*, 4(1). <http://dx.doi.org/10.23960/jiia.v4i1.1211>

- Mamonto FW, Tumbuan WJ, dan Rogi MH. 2021. Analysis Of Marketing Mixed Factors (4p) On Purchase Decisions At Podomoro Poigar Eating House In New Normal Era. *Manajemen Ekonomi dan Bisnis*, *Jurnal EMBA*, 9(2), 110–121.
- Nurhuda L, Setiawan B, dan Andriani DR. 2017. Analisis Manajemen Rantai Pasok Kentang (*Solanum Tuberosum* L.) Di Desa Ngadas, Kecamatan Poncokusumo, Kabupaten Malang. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis (JEPA)*, 1(2), 130–142. <https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2017.001.02.6>
- Pamungkassari AR, Marimin, dan Yuliasih I. 2018. Analisis Kinerja, Nilai Tambah Dan Mitigasi Risiko Rantai Pasok Agroindustri Bawang Merah. *Jurnal Teknologi Industri Pertanian*, 28(1), 61–74. <https://doi.org/10.24961/j.tek.ind.pert.2018.28.1.61>
- Piri SD dan Jorie. 2016. Supply Chain Analysis Of Coconut Derived Products (Study on PT. Royal Coconut North Minahasa). *Jurnal EMBA*, 622(2), 622–631.
- Edika AP, Arida A, dan Romano. 2022. Kinerja Rantai Pasok Arang Batok Kelapa Industri Kecil Menengah (IKM) Pante Baro di Kabupaten Bireuen. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pertanian*, 7(4). www.jim.unsyiah.ac.id/JFP
- Damayanti R, Siregar L A M, dan Hanafiah DS. 2018. Karakter Morfologis dan Hubungan Kekerabatan Beberapa Genotipe Kelapa (*Cocos nucifera* L.) di Kecamatan Silau Laut Kabupaten Asahan. *Jurnal Agroekoteknologi FP USU*, 6(4), 874–884. <https://doi.org/10.32734/joa.v6i4.2458>
- Putranto GR dan Nursyamsiah S. 2023. Pengaruh Ketahanan Rantai Pasokan terhadap Kinerja Perusahaan dan Keunggulan Bersaing: Studi Empiris UMKM di Kota Yogyakarta. *Jurnal Mahasiswa Bisnis dan Manajemen*, 2(1). <https://journal.uui.ac.id/selma/index>
- Rizqiah F dan Slamet AS. 2014. Analisis Nilai Tambah dan Penentuan Metrik Pengukuran Kinerja Rantai Pasok Pepaya Calina (Studi Kasus di PT Sewu Segar Nusantara). *Jurnal Manajemen dan Organisasi*, 5(1). <https://doi.org/10.29244/jmo.v5i1.12120>
- Rohaeni Y, dan Sutawidjaya AH. 2020. Pengembangan Model Konseptual Manajemen Rantai Pasok Halal Studi Kasus Indonesia. *Jurnal Teknik Industri*, 15(3).
- Saragih S, Pujiyanto T, dan Ardiansah I. 2021. Pengukuran Kinerja Rantai Pasok pada PT. Saudagar Buah Indonesia dengan Menggunakan Metode Supply Chain Operation Reference (SCOR). *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 5(2), 520–532. <https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2021.005.02.20>
- Sari W dan Damrus. 2021. Strategi Bauran Pemasaran (4p) Terhadap Produk Dari Tandan Buah Segar (Tbs) Kelapa Sawit Pada Pt. Beurata Subur Persada. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Terpadu (Jimetera)*, 1(1). <https://doi.org/10.35308/jimetera.v1i1.4332>

- Septarianes S, Marimin, dan Raharja S. 2020. Strategi Peningkatan Kinerja Dan Keberlanjutan Rantai Pasok Agroindustri Kopi Robusta di Kabupaten Tanggamus. *Jurnal Teknologi Industri Pertanian*, 30(2), 207–220. <https://doi.org/10.24961/j.tek.ind.pert.2020.30.2.207>
- Sholihah N D R, Illah MT, dan Widyaratna L. 2022. Pengaruh Komitmen, Kepercayaan, dan Komunikasi terhadap Kepuasan Pemasok Pada PT. Natura Plastindo Kecamatan Gempol. *Jurnal Aplikasi Manajemen dan Inovasi Bisnis*, 4(2), 17–31. <http://dx.doi.org/10.47201/jamin.v4i2.89>
- Paramita YS, Hasyim AI, dan Affandi MI. 2019. Analisis Rantai Pasok Tomat Di Kecamatan Sukau Kabupaten Lampung Barat (Analysis of Supply Chains of Tomato in Sukau District Lampung Barat Regency). *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis*, 7(4).
- Supply Chain Council. 2012. Supply Chain Operations Reference Model. *United State of America*.
- Suud NR, Indriani R, dan Bakari Y. 2021. Kinerja Manajemen Rantai Pasok Kelapa di Provinsi Sulawesi Tengah (*Performance of the Coconut Supply Chain Management In Central Sulawesi Province*). *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 17(1). <https://doi.org/10.20956/jsep.v17i1.12885>
- Tubagus LS, Mangantar M, dan Tawas HN. 2016. Analisis Rantai Pasokan (*Supply Chain*) Komoditas Cabai Rawit di Kelurahan Kumelembuai Kota Tomohon. *Jurnal EMBA*, 4(2), 613–621. <https://doi.org/10.35794/emba.4.2.2016.13117>
- Turniasih I, dan Dewi NK. 2007. Peranan Sektor Agroindustri Dalam Pembangunan Nasional. *Jurnal Geografi*, 7(2). <https://doi.org/10.17509/gea.v7i2.1723>
- Wahyuningsih S. 2013. *Metode Penelitian Studi Kasus*. Pendekatan Psikologi Komunikasi.