

PENDEKATAN SUPPLY CHAIN MANAGEMENT UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING PADA BISNIS BUNGA SEGAR

Rusnandari Retno Cahyani^{1*}

¹Fakultas Bisnis dan Komunikasi Universitas Sahid Surakarta

Jl. Adi Sucipto No 154, Surakarta.

* E-mail: nandaretno@yahoo.com

Abstract

In global business, each company requires to provide cheap products, good quality and services, and appropriate customer orders. Supply chain management should be adopted by the company in order to survive and win the market competition. This study aims to investigate the implementation of supply chain management in a fresh flower business, to observe the benefit of adopting the supply chain management which is assessed from goods suppliers, and to evaluate the distribution implementation to the customer. Supply chain management approach is conducted by involving all the interactions among suppliers, manufacturers, distributors, and customers. The chain covers not only transportation, scheduling information, cash and credit transfer, but also the transfer of ideas, designs, and materials. This research is a qualitative descriptive study. In conclusion, it is shown that the supply chain management approach potentially improves the competitiveness of the fresh flower business.

Keyword: *Customer, Distribution, and Supply Chain Management*

1. Pendahuluan

Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki populasi penduduk yang tinggi dengan keanekaragaman sumber daya (manusia dan alam), sehingga bunga segar sudah menjadi salah satu kebutuhan yang penting. Hotel, kantor yang bisnisnya membutuhkan bunga segar, restoran, gedung pertemuan, pesta-pesta dan lain sebagainya. Bahkan di Indonesia sendiri pun, bisnis bunga segar ini semakin menjalar kemana-mana. Perkembangannya pun meningkat dengan cukup pesat dari waktu ke waktu. Ini memberikan cerminan bahwa bisnis bunga segar memang menjanjikan dan memiliki daya saing. Didasari dari kebutuhan terhadap bunga segar yang semakin bertambah setiap saat, maka pebisnis bunga segar akan menawarkan kelebihan masing-masing bagi para konsumen, dengan

tetap memperhatikan pasokkannya agar kesegaran bunga, keserasian dan *supply* dan *demandnya* seimbang.

Ada banyak literatur yang berhubungan dengan *supply chain management* atau manajemen rantai pasokan, yaitu tidak hanya dikaitkan dengan kegiatan logistik tetapi juga dengan perencanaan dan pengendalian bahan dan arus informasi dari suatu perusahaan, baik secara internal maupun eksternal. Selain itu juga isu strategis, sumber daya, hubungan interorganisasi, dan bahkan intervensi pemerintah.

Menurut Chopra dan Meindl, *supply chain* memiliki sifat yang dinamis namun melibatkan tiga aliran yang konstan, yaitu aliran informasi, produk dan uang. Memiliki tujuan untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan menghasilkan keuntungan. Cooper

dan Pagh(1997) menyebutkan bahwa istilah *supply chain management* baru muncul di awal tahun 90-an dan istilah ini diperkenalkan oleh para konsultan manajemen. Saat ini *supply chain management* merupakan suatu topic yang hangat, menarik untuk didiskusikan bahkan mengundang daya tarik yang luar biasa baik dari kalangan akademisi maupun praktisi. Sedangkan menurut Heizer dan Render(2008), *Supply chain management/* manajemen rantai pasokan adalah integrasi aktivitas pengadaan bahan dan pelayanan, perubahan menjadi barang setengah jadi dan produk akhir, serta pengiriman ke pelanggan.

Supply chain management yang efektif membutuhkan pengembangan-pengembangan yang dilakukan secara simultan baik dari sisi tingkat layanan konsumen

maupun *internal operating efficiencies* dari perusahaan-perusahaan dalam sebuah *supply chain/rantai* pasok. Beberapa hal yang harus diperhatikan dari tingkat layanan konsumen adalah tingkat pemenuhan pesanan (*order fill rates*). Ketepatan waktu pengiriman (*on-time delivery*) dan tingkat pengembalian produk oleh konsumen dengan berbagai alasan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui implementasi *supply chain management* pada bisnis bunga segar, mengetahui dampak dari implementasi *supply chain management* yang dinilai dari pemasok barang dan mengetahui implementasi distribusi sampai kepelanggan. Pendekatan *supply chain management* dilakukan dengan melibatkan semua interaksi antara pemasok, produsen, distributor, dan pelanggan. Rantainya meliputi transportasi,

informasi penjadwalan, transfer uang tunai dan kredit, serta perpindahan ide, desain, dan bahan.

Mengelola rantai pasokan yang sukses menurut Heizer dan Render (2010) dimulai dari kesepakatan atas tujuan bersama, kepercayaan bersama, dan dilanjutkan dengan budaya organisasi yang sejalan.

1) Kesepakatan atas tujuan bersama

Kesepakatan atas tujuan bersama sebuah rantai pasokan yang terintegrasi memerlukan kerjasama yang baik dalam hubungan dengan anggotanya. Anggota rantai pasokan harus menghargai bahwa satu-satunya pihak yang menanamkan modal pada sebuah rantai pasokan adalah pelanggan akhir. Oleh karena itu, perlu pemahaman timbal balik mengenai misi, strategi, dan sasaran dari organisasi. Rantai pasokan yang

terintegrasi menambah nilai ekonomi dan memaksimalkan isi total produk.

2) Kepercayaan

Kepercayaan merupakan hal yang sangat penting dalam rantai pasokan yang efektif dan efisien. Anggota rantai pasokan harus masuk ke dalam hubungan dan salingberbagi informasi. Hubungan yang dibangun didasarkan rasa saling percaya cenderung akan berhasil.

3) Budaya organisasi yang sesuai

Sebuah hubungan yang positif di antara organisasi pembeli dan pemasok dengan budaya organisasi yang sesuai, dapat menjadi keuntungan nyata dalam membuat rantai pasokan menjadi lebih baik. Dapat disimpulkan bahwa jika kinerja perusahaan semakin meningkat maka perusahaan semakin dekat

dengan target yang ingin dicapai oleh perusahaan tersebut, dan tergambar dengan jelas bahwa betapa pentingnya kinerja dari *supply chain management* pada perusahaan. Sehingga kepuasan konsumen akan semakin tinggi dan baik seiring dengan kinerja perusahaan yang semakin meningkat.

Saat ini konsumen dan pelanggan semakin menuntut dan terdiferensiasi keinginannya dan hal ini menurut Canever et.al. (2008) menjadikan permintaan konsumen menjadi semakin kompleks, beragam dan dinamis, yang mengakibatkan sistem bisnis yang ada mau tidak mau menjadi semakin kompleks, fleksibel dan dinamis dibandingkan sebelumnya.

Min et.al. (2002) memperlihatkan bahwa *Supply Chain Management* mengandung tiga hal, yaitu (1) efisiensi yang

menurut respondennya berupa antara lain *cost reduction, reduced inventory, shortened lead-time, streamlining supply chain process*, (2) efektivitas berupa *improved customer service*, pangsa pasar meningkat, penjualan meningkat, pengembangan produk baru, kepuasan pelanggan dan (3) profit, yaitu mengandung efektivitas, yakni bertujuan memfokuskan kepada permintaan konsumen. (Rainbird, 2004). Menurut Porter, aktivitas operasional yang efisien hanya mampu memberikan penawaran terbatas kepada konsumen. Beberapa keterbatasan *Supply Chain Management* adalah:

1. Walters dalam Mulyono (2011) yang menyatakan bahwa *high speed, low-cost supply chains* tidak mampu merespon perubahan yang sulit diprediksi dalam hal pasokan dan permintaan dan juga *Supply*

Chain yang efisien sering menjadi tidak kompetitif, sebab *Supply Chain* tidak mampu beradaptasi terhadap struktur pasar.

2. *Supply Chain Management* yang memfokuskan kepada *engineering practices* yang memfasilitasi perpindahan produk dari produsen kepada distribusi, memfasilitasi arus informasi antar para mitra dan mengurangi total biaya pengiriman melalui rantai yang ada, melupakan elemen fundamental yang penting bagi pelanggan. Selain itu *Supply Chain* memang terbukti amat efisien dalam memindahkan produk kepada konsumen, tetapi *Supply Chain* juga perlu mengarah kepada efektivitas (Canever, 2008).

3. Efisiensi dalam *Supply Chain* menekankan akan *cost*

reduction dalam jangka pendek dengan mengorbankan kontribusi tujuan yang lebih luas, misalnya dengan menganggap pengurangan harga yaitu seperti pemberian diskon kepada konsumen (yang diperoleh melalui *cost reduction*) dianggap sebagai penentu utama kepuasan pelanggan (Walters, 2006).

2. Metodologi Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif. Penelitian deskriptif menurut Zulfane f(2008) adalah penelitian yang bertujuan menggambarkan suatu kondisi atau fenomena tertentu, tidak memilah-milah atau mencari faktor-faktor atau variabel tertentu. Riset yang bersifat paparan ini ditujukan untuk mendeskripsikan hal-hal yang ditanyakan dalam riset, seperti:

siapa, yang mana, kapan, di mana dan mengapa Husein (2002). Desain penelitian deskriptif ini umumnya dapat menggunakan metode studi kasus, tindak lanjut, analisis isi, kecenderungan atau korelasional Husein (2002).

Permasalahan perilaku konsumen pada hakekatnya adalah permasalahan yang holistik, kompleks dan dinamis Sugiyono (2007) sehingga agar dapat memahami secara lebih mendalam serta menemukan pola, hipotesis dan teori maka metode kualitatif digunakan dalam penelitian ini. Melalui metode kualitatif data yang diperoleh akan lebih lengkap, mendalam dan mendetail sehingga tujuan penelitian dapat tercapai. Data-data yang tidak tampak oleh indera, yang dapat diperoleh melalui metode kualitatif, akan sulit diungkapkan melalui metode kuantitatif yang bersifat

empirik, terukur dan kaku (Sugiyono, 2005).

“*Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tertentu ini, misalnya orang tersebut yang dianggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan, atau mungkin dia sebagai penguasa sehingga akan memudahkan peneliti menjelajahi obyek/situasi sosial yang diteliti.”

Berdasarkan definisi tersebut maka peneliti memutuskan untuk mewawancarai pihak yang kami anggap, karena sebagai pengelola yang menangani dan berhadapan dengan konsumen setiap hari pihak manajemen memiliki pengetahuan yang baik akan konsumen sehingga dapat memberikan data yang akurat kepada peneliti.

Sugiyono (2005) mengemukakan bahwa terdapat perbedaan istilah

yang digunakan untuk populasi dalam penelitian kuantitatif dan kualitatif. Penelitian kualitatif tidak mengenal istilah populasi melainkan menggunakan istilah situasi sosial yang memiliki tiga elemen, yaitu tempat/ *place*, pelaku/ *actors*, serta aktivitas/ *activity* yang berinteraksi secara sinergis dan tidak dapat dipisahkan (Sugiyono, 2005).

Penelitian ini dilaksanakan dengan elemen situasi sosial di tempat area pasar kembang jalan Dr. Rajiman, Kelurahan Sriwedari, Kecamatan Laweyan Kota Surakarta, dengan pelaku yaitu konsumen bunga segar di pasar kembang dan aktivitasnya pembelian bunga segar di pasar kembang surakarta.

Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen bunga segar di pasar kembang Surakarta. Jumlah unit sampel dianggap telah memadai apabila telah sampai kepada taraf

redundancy yaitu apabila sampel selanjutnya tidak akan memberikan informasi yang baru (Sugiyono, 2005). Dengan begitu, fokus peneliti dalam hal ini adalah lengkapnya perolehan informasi yang didapat.

Metode analisis data kualitatif yang digunakan oleh peneliti sesuai dengan konsep metode analisis yang dipaparkan oleh Miles dan Huberman (1994). Metode tersebut mengemukakan bahwa terdapat tiga aktivitas dalam analisis data, yaitu reduksi data/ *data reduction*, penyajian data/ *data display* dan penarikan kesimpulan atau verifikasi/ *conclusion drawing/verification* Miles dan Huberman (1994) dalam Emzir(2011).

3. Hasil dan Pembahasan

Bunga-bunga segar yang ada di pasar kembang kebanyakan berasal dari daerah Bandungan, Ambarawa dan boyolali. Bunga dari

daerah Bandung kualitasnya lebih bagus, bisa bertahan hingga rata-rata lima hari. Sedangkan bunga dari daerah Tawangmangu bertahan sekitar dua hari. Untuk bunga mawar juga ada yang dikirim langsung dari Malang. Untuk menjaga rantai pasokan yang ada dipasar kembang pengiriman bunga-bunga segar tersebut setiap dini hari dikirim 3 (tiga) truk. Dalam pengiriman tersebut terkadang ada kendala yaitu persediaan yang menumpuk pada bunga yang sama, persediaan kosong atau tidak ada pengiriman dan pengiriman yang tertunda karena perjalanan yang tidak lancar menyebabkan berkurangnya kesegaran bunga. Sehingga perlu adanya distribusi yang baik dengan memperhatikan manajemen rantai pasokan.

Penelitian ini menunjukkan bahwa distribusi dari petani bunga ke penjual di solo di pastikan waktu

dini hari sudah sampai, agar pasokan tetap segar dan menjaga rantai pasokan terus terjaga. Untuk bunga yang tersedia di pasar kembang adalah bunga tabur (mawar merah, mawar putih, maar pink, melati, dan kantil), bunga tangkai, *hand bouquet*, *standing flower* dan bunga papan.

Dalam bisnis bunga segar ada 3 hal yang harus diperhatikan yaitu bahan baku, proses pembuatan dan sentuhan akhir. Untuk ketersediaan bahan baku/ *Raw Material* di pasar kembang tetap melaksanakan pengawasan terhadap kesegaran, bentuk dan warna, dengan cara selalu mengganti air agar selalu segar dan bahkan beberapa penjual bunga tabur ada yang menunggu 24 jam dengan tempat ala kadarnya dengan alasan menjaga bunga dan domisili yang terlalu jauh dari rumah. Ini menunjukkan bahwa *supplychain* belum di tata dengan

baik. Dalam proses pembuatan bunga rangkai pengawasan dilakukan terhadap nuansa rangkaian bentuk/ desain rangkaian jumlah komponen utama rangkaian, jumlah komponen pelengkap rangkaian, keserasian warna, dan keindahan rangkaian. Meskipun proses tersebut sudah dilaksanakan tetapi hasilnya ada yang belum optimal, yaitu menurut beberapa konsumen misal untuk rangkaian melati pengantin memilih hanya pesan di kios atau lapak tertentu karena tingkat kerapian dan keserasian warna. Sentuhan akhir pengawasan dilakukan terhadap sentuhan personal perangkai, komponen pelengkap rangkaian, kartu ucapan yang menyertai rangkaian, alamat pengiriman. Sedangkan untuk sentuhan akhir dalam hal kartu ucapan belum begitu diperhatikan bahkan ada yang menganggap itu hanya secarik kertas kecil.

Untuk menjaga rantai pasokan dengan baik, beberapa kios sudah mulai ada yang membuka secara online, distribusi sampai ke konsumen menggunakan system mitra, ada yang membuka cabang agar pelayanan tercapai sehingga dengan melaksanakan dan memperhatikan SCM nya maka pengawasan kualitas otomatis dapat dilaksanakan dan bisnis bunga segar ini bisa efektif dan efisien sehingga mampu meningkatkan daya saing.

4. Kesimpulan

1. Adanya manajemen rantai pasokan dalam perusahaan sangat memungkinkan tercapainya efisiensi bisnis bunga segar di pasar kembang surakarta untuk meningkatkan daya saing. Penerapan manajemen rantai pasokan sangat baik dan menguntungkan bagi bisnis, karena sistem ini memiliki

kelebihan dimana mampu manage aliran barang atau produk dalam rantai pasokan.

2. Sistem manajemen rantai pasokan khususnya dalam aktifitas bahan baku sudah dilaksanakan dengan baik, sedangkan padaproses pembuatan dan sentuhan akhir masih perlu di tingkatkan. Karena, proses *qualitycontrol* ini juga akan mempengaruhi SCM dalam hal pengendalian arusinformasi kepada konsumen.
3. Bisnis bunga segar dipasar kembang surakarta masih harus ditingkatkan dalam hal layout, pengiriman barang, dan adanya intervensi pemerintah.

Daftar Pustaka

- Canever, Mario Duarte, Hans C.M. Van Trijp, George Beers. 2008. *The Emergent Demand chain Management : Key Features and illustration from the Beef Business. Supply Chain Management: An International Journal* Vol. 13, No. 2
- Chopra, S & Meindl P. 2012. *SupplyChainManagement*. Prentice Hall
- Cooper, M.C., D.M. Lambert and J.D. Pagh, 1997, Supply Chain Management: More than a Name for Logisitcs, *International Journal of Logistics Management*, Vol. 8, No.1.
- Emzir. 2011. *Metodologi Penelitian Kualitatif "Analisis Data"*. Jakarta: Rajawali Press
- Heizer, J & Render, B. 2008. *OperationsManagement*, Edisi Ketujuh, Salemba Empat, Jakarta.
- Heizer, J & Render. 2010. *Manajemen Operasi*. Salemba Empat, Jakarta.
- Husein, Umar, 2000. *Metodologi Penelitian, Aplikasi dalam Pemasaran*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Miles, M.B. & Huberman, A.M. 1994. *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook*. New York: SAGE Publications.
- Min, Soonhong, Anthony S. Roath, Patricia J. Daugherty, Stefan E. Genchev, Haozhe Chen, Aaron D. Arndt, and R. Glenn Richey. 2005. Supply chain collaboration: what's happening?. *The International Journal of Logistics Management*, Vol.16, No. 2, pp. 237-256.
- Mulyono F. 2011. Demand Chain Management: Supply Chain Management + Orientasi Pasar. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol.7, No.1: hal. 59–72, (ISSN:0216–1249)

- Rainbird, Mark. 2004. Demand and Supply Chain : the Value Catalyst. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, Vol. 34, No. 3/4, pp.230-250.
- Sugiyono, 2005, *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung. Alfabeta.
- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Walters, David. 2006. Effectiveness and Efficiency : the Role of Demand Chain Man-agement. *The International Journal of Logistics Management*, Vol. 17, No. 1, pp. 75-94.
- Zulganef. 2008. *Metode Penelitian Sosial dan Bisnis*. Edisi Pertama. Yogyakarta: Graha Ilmu.