

Analisis Perencanaan *Supply Chain Management* (SCM) Pada Komoditas Hortikultura PT. Agrobisnis Banten Mandiri

Afif Fiqhi¹, Aditia Muchlis², Moh Muhsin³

^{1,2,3}Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, Jl Raya Palka KM 3 Sindangsari-Pabuaran, Serang, Banten, Indonesia
Email: fiqhiafif5@gmail.com

ABSTRACT

PT. Agrobisnis Banten Mandiri is currently concentrating on the development of horticulture commodities based on red chilli plants in order to promote the affordability and availability of chilli in the Banten market. The price of red chilli in the market is subject to fluctuations due to many variables. Up until now, the company's SOP has been followed by the supply chain management process, which has gone rather smoothly. It is recommended that PT. Agrobisnis Banten Mandiri approach farmers directly in order to increase cooperation with its unique farmer partners that supply red chilli horticultural goods. Research restrictions are divided into 3 parts, namely: Stock availability, this focuses on upstream supply chain actors. Affordability, and Smooth distribution, this focuses on supply chain actors to downstream. In the implementation of this research using qualitative methods, by conducting interviews. In this case, the author conducted an interview to gain a holistic understanding of the perspective directly to respondents to discuss the problems faced in the implementation of supply chain management / Supply Chain Management of horticultural commodities.

Keywords: Supply chain management, horticultural commodities, availability

ABSTRAK

PT. Agrobisnis Banten Mandiri saat ini berkonsentrasi pada pengembangan komoditas hortikultura berbasis tanaman cabai merah untuk mendorong keterjangkauan dan ketersediaan cabai di pasar Banten. Harga cabai merah di pasar mengalami fluktuasi yang disebabkan oleh banyak faktor. Selama ini, SOP perusahaan telah diikuti dengan proses manajemen rantai pasokan yang berjalan cukup lancar. Disarankan agar PT. Agrobisnis Banten Mandiri melakukan pendekatan kepada petani secara langsung agar dapat meningkatkan kerjasama dengan para mitra petani yang menjadi pemasok barang hortikultura cabai merah. Batasan penelitian dibagi menjadi 3 bagian, yaitu: Ketersediaan stok, hal ini berfokus pada pelakurantai pasok hulu. Keterjangkauan harga, dan Kelancaran distribusi, hal ini berfokus pada pelaku rantai pasok ke hilir. Dalam pelaksanaan penelitian ini menggunakan metode kualitatif, dengan melakukan wawancara. Dalam hal ini, penulis melakukan wawancara untuk mendapatkan pemahaman secara holistik dari perspektif secara langsung kepada responden untuk membahas permasalahan yang dihadapi dalam pelaksanaan manajemen rantai pasok komoditas hortikultura

Kata kunci: Manajemen rantai pasokan, komoditas hortikultura, ketersediaan

INTRODUCTION

PT Agrobisnis Banten Mandiri (Perseroda), didirikan berdasarkan Peraturan Daerah Provinsi Banten Nomor 11 Tahun 2019 tentang Pembentukan Perusahaan Perseroan Daerah Agribisnis dan Keputusan Gubernur Banten Nomor 297 Tahun 2019 tentang Penetapan PT. Agrobisnis (Perseroda). Sehingga PT Agrobisnis Banten Mandiri bertujuan untuk meningkatkan karakter, kapasitas dan taraf hidup petani / peternak serta masyarakat banten dengan cara melakukan pengolahan hilirisasi produk pangan hulu Banten, huluisasi produk hilir pangan Banten dengan Agro Industri, PT. Agrobisnis Banten Mandiri memiliki inti kegiatan yang terdiri dari tiga unsur, yaitu: *farm, food* dan

mart. Menurut Kurniati (2015), agroindustri adalah kumpulan operasi industri yang meliputi proses produksi, pengolahan, pengangkutan, penyimpanan, pembiayaan, pemasaran, dan pendistribusian barang pertanian. Industri yang melibatkan manusia, komoditas pertanian, modal, teknologi, informasi, dan aspek-aspek lain untuk mengubah barang pertanian menjadi bahan setengah jadi atau produk akhir dikenal sebagai agroindustri. Perkembangan dan kesejahteraan suatu wilayah sangat bergantung pada keberadaan agroindustri. Dengan pertanian sebagai basisnya, agroindustri dapat mempekerjakan banyak orang, memunculkan teknologi terbaru untuk meningkatkan daya saing, dan meningkatkan pendapatan mereka yang terlibat di dalamnya.

Berdasarkan UU Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan menyatakan bahwa pangan merupakan segala sesuatu yang berasal dari sumber hayati produk pertanian, perkebunan, kehutanan, perikanan, peternakan, perairan, dan air, baik yang diolah maupun tidak diolah yang diperuntukkan sebagai makanan atau minuman bagi konsumsi manusia, termasuk bahan tambahan pangan, bahan baku pangan, dan bahan lainnya yang digunakan dalam proses penyiapan, pengolahan, dan/atau pembuatan makanan atau minuman.

Manajemen rantai pasok (*supply chain management*) adalah strategi manajemen logistik yang melibatkan pelaku bisnis yang membentuk suatu rantai mulai dari pemasok bahan baku hingga barang jadi (Siswandi *et al.*, 2019). Menurut Ceha *et al.*, (2019), manajemen rantai pasok (*supply chain management*) melibatkan pergerakan barang secara konstan dari hulu ke hilir, uang dari hilir ke hulu, dan komunikasi di antara keduanya. Oleh karena itu, industri pertanian yang lebih produktif dan efisien diperlukan untuk menghadapi tantangan-tantangan baru, dan hal ini membutuhkan manajemen rantai pasokan. Untuk mendapatkan bahan baku pada tahap produksi dan mengubahnya menjadi komoditas jadi atau siap pakai yang kemudian secara efisien dan berhasil dikirim ke konsumen, para pemain rantai pasokan menggunakan strategi integrasi yang dikenal sebagai manajemen rantai pasokan. Manajemen rantai pasok pada sektor pertanian komoditas hortikultura, khususnya pada tanaman cabai merah, lebih lanjut diungkap oleh penulis sebagai akibat dari kesulitan tersebut. Pekerjaan di masa depan dengan para petani di Provinsi Banten juga akan dilakukan oleh PT. ABM. Tiga area yang menjadi batasan penelitian adalah sebagai berikut: a) Ketersediaan stok dan keterjangkauan harga, berfokus pada pelaku rantai pasok di hulu; b) kelancaran distribusi (kontinuitas); dan c) pelaku rantai pasok di bagian hilir.

Salah satu penopang utama perekonomian Indonesia hingga saat ini adalah sektor pertanian. Hal ini terlihat dari pentingnya peran sektor pertanian dalam pertumbuhan ekonomi nasional, yang dibuktikan dengan kontribusi sektor ini terhadap penyerapan tenaga kerja, produk domestik bruto, dan devisa negara. Hal ini berarti bahwa pertumbuhan sektor pertanian harus dapat mengatasi masalah sosial ekonomi yang mendasar, terutama yang berkaitan dengan peningkatan lapangan kerja, pemenuhan kebutuhan dasar masyarakat, pemerataan pendapatan, dan pengurangan kemiskinan

(Jiaravanon, 2007). Pada dasarnya, manajemen sistem rantai pasokan terkait erat dengan proses pertumbuhan berkelanjutan dari sektor pertanian, atau lebih dikenal dengan agroindustri. Agroindustri didefinisikan sebagai industri yang mengubah produk pertanian menjadi barang setengah jadi atau barang jadi dengan tujuan untuk meningkatkan nilai tambah dari barang tersebut (Ardiansyah *et al.*, 2021). Hal ini dicapai melalui tiga pilar utama: perdagangan, pembangunan infrastruktur, dan penguatan hubungan bisnis, keuangan, dan finansial (Nogales *et al.*, 2017).

Pengolahan dan pemasaran hasil pertanian juga termasuk dalam pertumbuhan agroindustri, yang terhubung dengan industri. Penghasilan dan keberlangsungan usaha adalah dua tujuan mendasar dari agroindustri, atau sektor pengolahan hasil pertanian. Menurut Manullang (2021), perusahaan akan bertahan selama operasinya menghasilkan keuntungan. Karena dapat memberikan dampak yang besar terhadap pertumbuhan pedesaan dan nasional serta kesehatan ekonomi wilayah secara umum, pengembangan sektor pertanian perlu menjadi prioritas utama Indonesia di setiap provinsi. Menurut Santoso dan Mustaniroh (2020), pertumbuhan agroindustri perlu diintegrasikan dengan pertanian karena sebagian besar lahan pertanian terletak di pedesaan, di mana waktu musim panas lebih panjang. Oleh karena itu, pendorong utama pembangunan sektor pertanian haruslah investasi di bidang teknologi dan lokasi pertanian. Terdapat hubungan yang erat antara kedua sektor ekonomi ini; sektor pertama memasok sumber daya mentah, sedangkan sektor kedua meningkatkan harga barang pertanian (Wachdijono & Julhan, 2019).

Supply chain management menggunakan sistem operasional untuk menangani siklus bahan baku yang lengkap, dari pemasok ke distribusi konsumen. Sehingga dapat memasok barang dan jasa dalam jumlah yang sesuai pada waktu dan lokasi yang tepat (Walewangko, 2013). Untuk mengurangi biaya dan memenuhi permintaan pelanggan, Hadiguna (2016) menyatakan bahwa *supply chain management* adalah metode yang berhasil dalam mengikat pemasok, gudang, distributor, pedagang, dan pengecer. Hal ini memastikan bahwa barang diproduksi dan dipasok dalam jumlah yang sesuai pada waktu dan tempat yang tepat. Sistem pemasaran yang cukup panjang dapat digunakan untuk mengukur efektivitas pemasaran suatu produk. Semakin panjang strategi pemasaran dan semakin banyak pemasar yang terlibat, semakin tidak efektif pemasarannya. Keuntungan, pengeluaran, dan margin dari agen pemasaran dapat digunakan sebagai ukuran efektivitas. Oleh karena itu, efisiensi pemasaran dapat dicapai jika biaya pemasaran dapat ditekan untuk meningkatkan pendapatan pemasaran. Strategi pemasaran yang sukses harus menjamin bahwa konsumen menerima hasil produksi petani dengan biaya serendah mungkin dan semua pihak yang terlibat dalam proses produksi mendapatkan bagian yang sama dari harga akhir yang diterima konsumen (Rani *et al.*, 2019).

METHOD

Dalam pelaksanaan penelitian ini menggunakan metode kualitatif, dengan cara melakukan

wawancara. Dalam hal ini penulis melakukan wawancara langsung dengan para responden untuk mendiskusikan tantangan yang dihadapi dalam menerapkan manajemen rantai pasokan untuk mendapatkan pemahaman yang komprehensif dari sudut pandang merekadalam pelaksanaan manajemen rantai pasok / *Supply Chain Management* komoditas hortikultura PT. Agrobisnis Banten Mandiri.

RESULTS AND DISCUSSION

Produk hortikultura merupakan salah satu komoditi pertanian yang mempunyai potensi serta peluang untuk dikembangkan sehingga menjadi produk unggulan yang mampu meningkatkan kesejahteraan petani di Indonesia. Pengembangan potensi produk Hortikultura di Indonesia juga didukung oleh Pemerintah dalam bentuk regulasi yaitu UU No. 12 Tahun 1992 tentang Budidaya Pertanian dan UU No. 13 Tahun 2010 tentang Hortikultura, sebagai negara dengan jumlah penduduk yang besar peluang pangsa pasar kebutuhan produk hortikultura sangat terbuka, Namun pada kenyataannya pangsa pasar domestik yang besar tidak di barengi oleh ketersediaan produk hortikultura secara optimal.

Saat ini PT. Agrobisnis Banten Mandiri sedang memfokuskan pengembangan komoditas hortikultural pada tanaman cabai merah untuk mendukung ketersediaan cabai dan keterjangkauan harga di lingkungan pasar Provinsi Banten. Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi harga cabai merah di pasaran, sehingga sering mengalami fluktuasi. Kenaikan harga cabai merah dapat disebabkan karena permintaan barang dalam jumlah banyak namun ketersediaan barang sedikit (tidak mencukupi jumlah permintaan). Sedangkan penurunan harga cabai merah disebabkan persediaan barang banyak (melebihi jumlah permintaan) namun permintaan sedikit. Selain itu, perubahan iklim dan cuaca juga menjadi faktor yang dapat menghambat dan produktivitas tanaman cabai merah.

Sangat penting bagi para pelaku saluran rantai pasokan untuk menjaga ketersediaan cabai merah di pasaran, agar konsumen dapat membeli dengan harga yang terjangkau. Pengelolaan proses produksi dan distribusi yang efektif dan efisien diperlukan untuk meningkatkan kualitas dan daya saing. Ketersediaan cabai merah yang cukup diperlukan di PT. Agrobisnis Banten Mandiri untuk memenuhi permintaan pelanggan akan sayuran. Jumlah penjualan dapat dipengaruhi oleh hubungan yang tidak seimbang antara jumlah cabai merah yang tersedia dan jumlah cabai merah yang diminta. Hal ini diakibatkan oleh produksi cabai merah yang tidak menentu atau tingkat permintaan konsumen yang bervariasi. Setiap pelaku dalam rantai pasokan harus menyadari sifat sayuran yang mudah rusak dan seberapa cepat sayuran tersebut membusuk untuk memastikan jumlah, kualitas, dan waktu yang tepat untuk menyediakannya. Pengembangan yang berfokus pada cabai merah juga bertujuan untuk mengendalikan inflasi yang terjadi di pasar.

Tabel 1. Jumlah Produksi Tanaman Cabai di Provinsi Banten

No	Jenis Tanaman	Jumlah Produksi (Kuintal)		
		2020	2021	2022
1	Cabai Besar	69469,20	21137,30	14 525,35
2	Cabai Rawit	58610	39932,62	39097,61
3	Cabai Kering	0	42919,55	53107,91

Sumber: Dinas Pertanian Provinsi Banten dan Badan Pusat Statistik Banten

Berdasarkan data di atas, dapat di jelaskan bahwa tingkat produksi dari tahun ke tahun mengalami penurunan. Oleh karena itu, perlu dilakukan peningkatan agar dapat memenuhi kebutuhan di pasar secara optimal. Salah satunya, dengan melakukan pembinaan atau pelatihan kepada para petani lokal Banten terkait budidaya tanaman cabai merah dengan baik sesuai dengan standar yang telah ditetapkan oleh perusahaan sehingga dapat meningkatkan produktivitas tanaman cabai merah, selain itu dengan memperbaiki rantai pasok dan melakukan perencanaan pendistribusian secara optimal. PT. Agrobisnis Banten Mandiri melihat bahwa dalam perencanaan *Supply Chain Management* (SCM) atau manajemen rantai pasok yang tidak berjalannya optimal, yang selama ini berjalan proses pendistribusian komoditas cabai merah yang dijalankan oleh PT Agrobisnis Banten Mandiri proses nya terlalu banyak melibatkan beberapa pihak, berikut gambaran prosesnya:

Gambar 1. Alur Rantai Pasok



Dengan alur seperti gambar diatas PT. Agrobisnis Banten Mandiri tidak dapat mengoptimalkan pemenuhan kebutuhan komoditas cabai merah di Provinsi Banten dikarenakan barang yang didapatkan oleh PT. Agrobisnis Banten Mandiri sebagian besar bukan dari petani langsung. Perlu adanya alternatif yang harus dijalankan oleh PT. Agrobisnis Banten Mandiri dalam proses perbaikan sistem *Supply Chain Management* (SCM) agar setiap prosesnya berjalan dengan optimal. Aliran informasi produk, keuangan, dan sayuran semuanya termasuk dalam struktur dan operasi rantai pasokan. Selain itu, kinerja rantai pasokan dievaluasi dan kondisinya dianalisis. Peningkatan berkelanjutan dan manajemen kinerja adalah dua komponen penting dari manajemen rantai pasokan. Menurut Jebarus (2001), penerapan prinsip-prinsip manajemen rantai pasokan secara umum memberikan manfaat bagi perusahaan, termasuk peningkatan kepuasan pelanggan, pertumbuhan pendapatan, pengurangan biaya, pemanfaatan aset, keuntungan, dan ukuran

perusahaan.

Dalam menciptakan manajemen kinerja yang efektif diperlukan sistem pengukuran yang mampu mengevaluasi kinerja supply chain secara menyeluruh dan memastikan bahwa semua pihak dalam rantai pasokan memiliki tujuan yang sama, yaitu memenuhi permintaan pelanggan seefisien mungkin (Amalia, 2016). Salah satu hal yang paling penting untuk dilakukan dalam rangka menentukan seberapa baik kemampuan manajemen rantai pasokan di implementasikan untuk memenuhi tujuan perusahaan dalam hal efektivitas dan efisiensi adalah pengukuran kinerja rantai pasokan.

Afriani (2020) menyatakan bahwa membangun rantai pasokan memiliki beberapa keuntungan, seperti: (1) Tujuan utama setiap proses produksi adalah memuaskan pelanggan. (2) Pendapatan yang lebih tinggi: Pendapatan meningkat seiring dengan jumlah klien setia yang membeli barang. Pendapatan lebih tinggi ketika saluran pemasaran lebih pendek karena keuntungan lebih tinggi dibandingkan dengan saluran pemasaran yang lebih panjang. (3) Strategi pengurangan biaya yang efektif termasuk menurunkan biaya saluran distribusi dan mengintegrasikan aliran barang dari produsen atau bisnis ke konsumen akhir. (4) Dalam hal faktor manusia, informasi, dan kemampuan, semakin banyak aset yang digunakan, semakin terampil dan berpengetahuan personil.

CONCLUSION

Proses *Supply Chain Management* (SCM) di dalam PT. Agrobisnis Banten Mandiri sejauh ini cukup berjalan dengan baik yang sesuai dengan SOP yang ditetapkan di dalam perusahaan. Untuk memastikan bahwa cabai merah tersedia di pasar dengan harga terjangkau bagi pelanggan, bisnis rantai pasokan harus memastikan ketersediaannya. Untuk meningkatkan kualitas dan daya saing, proses produksi dan distribusi harus diawasi dengan baik, kinerja rantai pasokan menunjukkan seberapa efektif dan efisien manajemen rantai pasokan dapat diterapkan untuk mencapai tujuan perusahaan, sehingga pendistribusian cabai merah dapat merata pada pasar di Provinsi Banten.

PT. Agrobisnis Banten Mandiri disarankan untuk memperluas kerjasama dengan mitra petani khususnya pemasok komoditas hortikultura cabai merah, dengan cara melakukan pendekatan kepada petani secara langsung. Selain itu, membuat prosedur kemitraan dan membuat SOP budidaya tanaman hortikultura dengan baik, serta melakukan monitoring dan evaluasi rutin secara berkala agar standar yang sudah diterapkan dapat berjalan dengan optimal. Hal ini juga dapat mendukung rencana program jangka pendek PT. Agrobisnis Banten Mandiri yang akan memberikan modal usaha dan pelatihan sesuai standar yang ditentukan perusahaan, diharapkan dengan proses yang lebih sederhana pada sistem *Supply Chain Management* (SCM) dan memberikan stimulus modal usaha para petani, serta melakukan pelatihan bagi petani untuk pengembangan komoditas hortikultura cabai merah. Sehingga permasalahan kurangnya ketersediaan komoditas cabai merah di lingkungan

pasar Provinsi Banten dapat diatasi, serta dapat memberikan kesejahteraan bagi para petani lokal di Banten dan memberikan harga terjangkau bagi masyarakat.

REFERENCES

- Afriani, Dinda. (2020). Analisis Rantai Pasok Komoditas Cabai Rawit (*Capsicum Frutescens* L) di Kota Tarakan. Skripsi. Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Borneo Tarakan.
- Amalia, C. (2016) Pendekatan *Analytic Network Process* Serta Data (Studi Kasus : PT Saung Mirwan , Bogor). IPB.
- Ardiansyah R, Jaya R, Yusriana, Rahmi CH. (2021). Prediksi Pasokan Bawang Merah Mendukung Desain Pengembangan Agroindustri Di Provinsi Aceh. *Jurnal Teknologi Industri Pertanian*, 31(1):46-52.
- Ceha, R., Dzikron, M., Muhamad, C. R., Syahmi, M. F., & Riyanto, S. (2019). The Proposal of West Java Export Coffee Distribution Model. *MIMBAR: Jurnal Sosial Dan Pembangunan*, 1(35), 221–234. <https://doi.org/10.29313/mimbar.v3i1.4428>
- Hadiguna, R. A. (2016). Manajemen Rantai Pasok Agrobisnis (Issue January).
- Jebarus, Felix. (2001). *Supply Chain Management*, Usahawan no : 02 Th XXX Februari
- Jiaravanon, Sumet. 2007. Masa Depan Agribisnis Indonesia : Perspektif Seorang Praktisi. Bogor:IPB Press.
- Kurniati, Edy Dwi. (2015). Kewirausahaan Industri. Yogyakarta: Penerbit Deepublish
- Manullang, S. O. (2021). Perubahan Sosial Masyarakat Pedesaan di Era Teknologi. *Crossborder*,4(1), 83-88.
- Nogales EG, Webber M, Murphy K. (2017). *Territorial Tools for Agro-Industry Development*, didalam Nogales EG & Webber (ed.) *Territorial tools for agroindustry development*. FAO, Roma, Italy. P1-27.
- Rani, N. M., Taufikurahman, R., & Lenggono, S. (2019). Analisis Rantai Pasok Cabai Merah Keriting (*Capsicum Annuum* L) di DKI Jakarta. *Jurnal Economic Resource*, 2(1), 14– 26.
- Santoso, I., & Mustaniroh, S. A. (2020). Strategi pengembanganmitraan agroindustri nilam di kabupaten Konawe Selatan menggunakan metode analisis SWOT dan AHP. *Jurnal Teknologi Industri Pertanian*, 30(1).
- Siswandi, Wiranatha, S., & Hartiati. (2019). Pengembangan Manajemen Rantai Pasok Kopi Arabika Kintamani Bali. *Jurnal Rekayasa Dan Manajemen Agroindustri*, 7(1), 113.

<https://doi.org/10.24843/jrma.2019.v07.i01.p12>

Wachdijono, W., & Julhan, R. (2019). Analisis Peluang Laba Agroindustri Perikanan di Kecamatan Gebang, Kabupaten Cirebon, Jawa Barat. *Industria: Jurnal Teknologi dan Manajemen Agroindustri*, 8(1), 27-40.

Walewangko, Y. M. (2013). Manajemen Rantai Pasokan Guna Meningkatkan Efisiensi Distribusi Motor Honda Pada PT. Daya Adicipta Wisesa. *Jurnal Emba*, 1(3), 1241–1250.