

Website: <https://alpropublication.com/>
E-mail: admin@journal.alpropublication.com

Jl. Karana, Kelurahan Mambo, Kecamatan Palu Utara - Kota Palu, Provinsi Sulawesi Tengah. CP 0822 9360 5971

ANALISIS *SUPPLY CHAIN* PADA TAHU SUPER AFIFAH DI KELURAHAN NUNU KECAMATAN TATANGA KOTA PALU

SUPPLY CHAIN ANALYSIS OF SUPER AFIFAH TOFU IN NUNU VILLAGE, TATANGA DISTRICT, PALU CITY

Moh. Rivaldi¹, Sendi Putrawan Caesar²

S1 Manajemen, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tadulako

Email Penulis Korespondensi : mohrivaldi@gmail.com
(0822 4229 4614)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis aktivitas supply chain yang terjadi pada perusahaan Tahu Super Afifah yang terletak di Kelurahan Nunu, Kecamatan Tatanga, Kota Palu. Paradigma dalam penelitian ini adalah paradigma konstruktivisme dan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Penelitian ini dilakukan di perusahaan Tahu Super Afifah yang terletak di Kelurahan Nunu, Kecamatan Tatanga, Kota Palu dengan jumlah informan sebanyak 8 orang. Metode analisis data yang digunakan yaitu triangulasi teknik dan alat analisis yang digunakan yaitu software NVivo 12 Plus. Hasil dari penelitian ini menunjukkan aktivitas *supply chain* pada perusahaan Tahu Super Afifah tidak lepas dari 5 bagian utama yaitu *supplier, manufactures, distribution, retail outlet, dan costumers* yang masing-masing memiliki peranan penting dalam jalur *inbound, conversation operations dan outbound*.

Kata kunci: *Supply Chain, Inbound, Conversation Operations, Outbound*.

PUBLISHED BY :

Alpro Publication

Address :

Jl. Karana, Kelurahan Mambo,
Kecamatan Palu Utara - Kota Palu,
Provinsi Sulawesi Tengah.

Email :

admin@journal.alpropublication.com

Phone :

0822 9360 5971



ABSTRACT

This research intends to analyze supply chain activities occurs at the Tahu Super Afifah company located in Nunu Village, Tatanga District, Palu City. The paradigm in this research was constructivism paradigm and used a qualitative descriptive approach. This research was conducted at the Tahu Super Afifah Company located in Nunu Village, Tatanga District, Palu City with 8 informants. The data analysis method used was triangulation technique and the analytical tool used was NVivo 12 Plus software. The results of this research indicates that supply chain activities at the Tahu Super Afifah company cannot be separated from 5 main parts, namely suppliers, manufactures, distribution, retail outlets, and customers, each of which has an important role in inbound, conversation operations and outbound channels.

Keywords: Supply Chain, Inbound, Conversation Operations, Outbound.

PENDAHULUAN

Indonesia khususnya di Kota Palu, perusahaan yang diteliti penulis ini merupakan perusahaan yang memproduksi dan menjual tahu. Perusahaan tersebut pastinya mempunyai aktifitas berupa supply chain manajemen yang diterapkan pada aliran barang dari hulu ke hilir. Penulis bermaksud untuk melakukan penelitian tentang bagaimana penerapan supply chain manajemen pada perusahaan tersebut. Berdasarkan hasil observasi awal bahwa Tahu Super Afifah terletak di jalan Jati nomor 18, Kelurahan Nunu, Kecamatan Tatanga, Kota Palu Sulawesi Tengah. Perusahaan ini merupakan salah satu perusahaan tahu yang mengalami perkembangan setiap tahunnya. Namun menurut bapak Safran Rinaldi selaku pemilik perusahaan Tahu Super Afifah, bahwa jumlah produksi tahu terbilang tidak maksimal saat memasuki masa pandemik Covid-19. Karena ternyata situasi pandemik sangat mempengaruhi beberapa sektor termasuk ekonomi yang mengakibatkan jumlah permintaan tahu di pasaran menurun.

Tahu Super Afifah merupakan salah satu usaha yang bergerak dibidang produksi tahu di Kota Palu. Adapun tahapan dalam pengolahan tahu yaitu sortir, perendaman, penggilingan, perebusan, penyaringan, pengasaman, pembungkusan dan pencetakan. Dari delapan tahapan dalam proses pengolahan tahu tersebut dapat dikerjakan dalam waktu kurang lebih 12 jam per hari. Dalam proses produksi ada beberapa kendala yang dihadapi oleh perusahaan, salah satunya yaitu naiknya harga bahan baku kedelai atau tidak stabilnya harga. Jika harga jual dinaikkan pihak perusahaan tahu khawatir jika nantinya tahu yang diproduksi tidak laku di pasaran, sedangkan jika tidak dinaikan maka pendapatan yang diterima perusahaan akan berkurang. Dalam setiap kegiatan bisnis, perusahaan pastinya memerlukan aktivitas dalam kegiatan operasionalnya yang berupa pasokan barang ataupun jasa untuk sampai kepada konsumen akhir. Kegiatan itu meliputi sejak memproduksi bahan mentah dari supplier yang akan dikelola menjadi barang jadi hingga didistribusikan kepada tangan kedua maupun ketiga yang akan dijual kepada konsumen. Proses pendistribusian tersebut harus bergerak dengan lancar atau sesuai dengan waktu yang ditentukan agar dapat memberikan kepuasan kepada konsumen. Maka dari itu, supply chain manajemen memiliki peran penting dalam pendistribusian barang dari hulu ke hilir.

Supply chain manajemen ini mengatur perusahaan agar mengalirkan suatu barang dengan lancar hingga sampai kepada konsumen akhir. Supply chain manajemen diterapkan agar suatu perusahaan memberikan informasi yang akurat dan tepat waktu serta mengatasi ketidakpastian seperti permintaan produk, keterlambatan pasokan bahan baku dan proses produksi berhenti. Jadi supply chain manajemen dalam penerapannya ditujukan untuk menjadikan perusahaan bekerja secara efektif dan efisien. Penerapan konsep supply chain akan meningkatkan efisiensi diberbagai bidang terutama dibidang pengelolaan hasil pertanian kedelai. Rantai pasokan merupakan suatu konsep yang memiliki keterkaitan dengan aliran produk, aliran informasi dan aliran keuangan dalam pendistribusian bahan baku dari supplier ke perusahaan yang akan mengolah bahan baku maupun bahan penolong menjadi suatu produk yang bernilai lebih dimata konsumen (Furqon, 2014).

Menurut Assauri (2011) supply chain atau rantai pasokan menyangkut hubungan yang terus menerus mengenai barang, uang dan informasi. Barang umumnya mengalir hulu ke hilir, uang mengalir

dari hilir ke hulu, sedangkan informasi mengalir baik dari hulu ke hilir maupun dari hilir ke hulu. Pengelolaan supply chain merupakan konsep pendekatan yang tepat untuk mengatasi masalah pemenuhan permintaan konsumen. Selain untuk memenuhi kebutuhan konsumen dengan ketepatan waktu, bentuk pengaturan dalam rantai pasok juga mengidentifikasi seluruh mata rantai yang terlibat dalam pergerakan rantai bahan baku tahu. Supply chain manajemen merupakan bagian dari manajemen operasi. Supply chain manajemen memiliki fungsi penting dalam proses produksi atau dalam kegiatan operasional perusahaan. Fungsi dari supply chain manajemen yaitu membantu kegiatan operasional perusahaan khususnya dalam mengatur aliran suatu barang dari hulu ke hilir. Aliran barang tersebut berasal dari produsen hingga sampai ke tangan konsumen akhir, yang akhirnya konsumen merasa puas atas barang yang telah didapatkan atau diterima (Assauri, 2011).

Pujawan dan Mahendrawathi (2010) menyatakan bahwa manajemen rantai pasok tidak terlepas dari tujuan strategis pada supply chain, strategi tidak bisa dilepaskan dari tujuan jangka panjang. Diharapkan tujuan ini akan tercapai. Mestinya lingkungan lokal dan keputusan-keputusan jangka pendek harus mendukung organisasi atau supply chain ke arah tujuan-tujuan strategis tersebut. Adapun tujuan strategis yang harus dicapai yaitu harus mampu menyediakan produk yang murah, berkualitas, dan tepat waktu. Agar supply chain mampu mempertahankan dan bertahan dalam persaingan pasar.

Perusahaan yang dapat menggunakan atau menjalankan supply chain manajemen dengan baik akan memberikan dampak yang baik pada aliran suatu barang atau jasa yang ada di perusahaan tersebut. Dampak yang dihasilkan tersebut pastinya perusahaan akan menjadi lebih terstruktur terkoordinasi, terjadwal, dan terpadu sehingga dapat menjadikan seluruh proses dalam perusahaan akan berjalan secara efisien dan efektif. Selanjutnya perusahaan juga melakukan upaya-upaya untuk menawarkan produk-produk terbaiknya kepada konsumen. Untuk memenuhi permintaan konsumen, perusahaan harus selalu mengoptimalkan penggunaan aset dan kemampuan perusahaan sehingga dapat menjadi nilai tambah kepada konsumen. Dan perusahaan harus menjalin hubungan kemitraan dengan para distributor atau pemasok untuk menjalin kerjasama dengan baik, serta dapat membantu perusahaan untuk merealisasikan visi misi dan mencapai tujuan perusahaan dengan baik sesuai dengan harapan (Widyarto, 2012). Dalam dunia bisnis saat ini persaingan antara pelaku bisnis menjadi semakin ketat. Hal ini menjadikan mereka berada di kondisi keunggulan bersaing yang tidak dapat dituju dengan perbaikan internal pada perusahaan saja. Hal ini menjadikan peran terhadap seluruh pihak dari produsen yang memproduksi barang mentah hingga barang jadi, kemudian jaringan distribusi yang menyampaikan produk ke tangan pelanggan hingga terdapat hubungan antara penyedia produk dengan para pelanggan atau konsumen akhir.

METODE

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan deskriptif kualitatif. Pendekatan deskriptif kualitatif menuntut peneliti untuk menginterpretasikan dan serta menjelaskan suatu petunjuk secara holistik dengan menggunakan kata-kata, tanpa harus bergantung pada sebuah angka atau numerik. Dalam penelitian kualitatif diketahui ada beberapa metode pengumpulan data yang biasanya digunakan oleh para peneliti. Metode pengumpulan data yang utama dalam penelitian kualitatif adalah observasi, wawancara, studi dokumentasi dan gabungan dari ketiganya atau triangulasi (Sugiyono, 2015). Adapun metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode observasi, wawancara dan studi dokumentasi atau triangulasi.



Gambar. 3. Mapping Hasil Penelitian
Sumber: Data Diolah Kembali, (2021)

Mapping hasil penelitian memperlihatkan sebuah skema yang terdiri atas 16 kata kunci yang menjadi acuan dalam penelitian ini, antara lain:

- a. *Supplier*, adapun *supplier* bahan baku pada perusahaan Tahu Super Afifah ada dua yaitu, Kios Bone Indah dan Petani Lokal.
- b. Bahan baku, dalam aktivitas produksi perusahaan membutuhkan bahan baku (kedelai), adapun bahan baku yang digunakan oleh perusahaan Tahu Super Afifah ada dua jenis yaitu kedelai lokal dan kedelai impor.
- c. Harga bahan baku, untuk harga bahan baku berbeda antara kedelai impor dan kedelai lokal, selisih harga sekitar Rp2.000. Kalau sekarang harga kedelai impor Rp11.000/Kg, berarti kedelai lokal sekitar Rp9.000/Kg.
- d. Kerjasama, untuk kerjasama antara perusahaan Tahu Super Afifah dan Kios Bone Indah sudah berlangsung sejak awal berdirinya perusahaan. Sedangkan dengan petani lokal tidak terikat kerjasama.
- e. Proses order, untuk proses order yang ditetapkan oleh perusahaan yaitu konsumen yang datang langsung ke perusahaan dan ada yang sudah berlangganan tinggal memesan melalui telfon.
- f. Sistem distribusi, untuk sistem distribusi bahan baku diantarkan langsung ke perusahaan Tahu Super Afifah, sedangkan sistem distribusi hasil produksi konsumen yang datang langsung ke perusahaan.
- g. Jumlah karyawan, adapun jumlah karyawan di perusahaan Tahu Super Afifah yaitu sekitar 40 orang.
- h. Jumlah produksi, untuk jumlah produksi setiap harinya itu sekitar 3,5 Ton paling banyak dan kalau dirata-ratakan satu bulan sekitar 105 Ton.
- i. Proses produksi, ada tujuh tahapan dalam proses produksi perusahaan Tahu Super Afifah yaitu, penimbangan kedelai, sortir, penggilingan, perebusan, penyaringan, pencampuran biang cuka dan pencetakan.
- j. Kualitas, untuk kualitas bahan baku jika tidak sesuai dengan permintaan perusahaan maka akan dikomplain ke pihak *supplier* untuk selanjutnya dikembalikan atau dikurangi harga.
- k. Permasalahan, untuk permasalahan yang sering terjadi adalah masalah hasil produksi yang rusak.
- l. Perencanaan khusus, untuk perencanaan khusus perusahaan Tahu Super Afifah lebih memantapkan kerjasama dengan para *supplier* agar bisa memenuhi setiap permintaan bahan baku dan perusahaan bisa lebih meningkatkan hasil produksinya.
- m. Penjualan, kalau untuk penjualan hasil produksi (tahu) kadang meningkat dan kadang juga menurun.
- n. Harga penjualan, untuk harga penjualan yang ditetapkan oleh perusahaan Tahu Super Afifah sebesar Rp40.000 sampai Rp43.000, menyesuaikan dengan harga bahan baku.
- o. Konsumen, adapun konsumen pada perusahaan Tahu Super Afifah yaitu, konsumen pengepul, konsumen pengecer, konsumen rumah makan dan konsumen rumah tangga (konsumen akhir).

- p. Lama dan alasan berlangganan, rata-rata konsumen pada perusahaan Tahu Super Afifah sudah berlangganan lebih dari 3 Tahun dengan alasan kualitas tahu yang diberikan perusahaan Tahu Super Afifah dapat memuaskan pelanggan atau konsumen.

PEMBAHASAN

Berdasarkan pada hasil penelitian yang telah diuraikan mengenai aktivitas *supply chain* pada perusahaan Tahu Super Afifah. Maka akan ditampilkan gambaran aktivitas *supply chain* yang terjadi pada perusahaan tersebut. Dalam *supply chain* ada beberapa pemain utama yang merupakan perusahaan yang mempunyai kepentingan yang sama yaitu *supplier*, *manufactures*, *distribution*, *retail outlet*, dan *customers* (Arif, 2018).

a) *Chain 1 : Supplier*

Kios Bone Indah dan Petani lokal merupakan *supplier* bahan baku (kedelai) ke perusahaan Tahu Super Afifah. Perusahaan Tahu Super Afifah bekerja sama dengan Kios Bone Indah dan petani lokal untuk menyiapkan bahan baku yang dibutuhkan oleh perusahaan

b) *Chain 1-2 : Supplier-Manufactures*

Bahan baku kemudian masuk ke perusahaan dengan cara diangkut menggunakan kendaraan operasional Kios Bone Indah, sedangkan bahan baku dari petani di antar langsung atau petani datang menjual hasil pertaniannya ke perusahaan Tahu Super Afifah.

c) *Chain 1-2-3 : Supplier-Manufactures-Distribution*

Dalam tahap ini, tahu yang dihasilkan akan didistribusikan kepada konsumen perusahaan Tahu Super Afifah yang telah memesan atau datang membeli langsung ke perusahaan. Karena perusahaan Tahu Super Afifah tidak mendistribusikan hasil produksinya hanya kepada pengepul atau pengecer tetapi juga kepada seluruh konsumen yang ingin membeli tahu.

d) *Chain 1-2-3-4 : Supplier-Manufactures-Distribution-Retail outlet*

Konsumen pengepul yang telah membeli tahu di perusahaan Tahu Super Afifah selanjutnya akan menjual kembali atau disalurkan langsung ke pengecer tahu yang ada di pasar-pasar tradisional baik di dalam maupun di luar Kota Palu. Ada juga konsumen pengecer, konsumen untuk rumah makan dan konsumen rumah tangga yang membeli tahu secara langsung dari perusahaan Tahu Super Afifah.

e) *Chain 1-2-3-4-5 : Supplier-Manufactures-Distribution-Retail outlet-customer*

Customer merupakan rantai terakhir dalam aktivitas *supply chain*. Ditahap ini pengecer akan menawarkan tahu kepada para konsumen rumah tangga (konsumen akhir).

Dari penjelasan di atas diketahui bahwa *supplier* pada perusahaan Tahu Super Afifah ada dua yaitu Kios Bone Indah dan Petani lokal yang menyuplai bahan baku ke perusahaan. Adapun proses pendistribusian tahu dilakukan langsung di perusahaan kepada konsumen yang membeli tahu, baik itu konsumen pengepul, pengecer, rumah makan dan rumah tangga. Selanjutnya pengepul akan menyalurkan tahu kepada pengecer yang ada di pasar, lalu pengecer yang akan menawarkan kepada konsumen rumah tangga (konsumen akhir).

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang analisis *supply chain* pada perusahaan Tahu Super Afifah dapat disimpulkan bahwa aktivitas *supply chain* yang terjadi di perusahaan Tahu Super Afifah berdasarkan inbound hasil penelitian, *supplier* bahan baku pada perusahaan Tahu Super Afifah adalah Kios Bone Indah yang merupakan salah satu *supplier* kedelai yang ada di Kota Palu dan petani kedelai lokal yang tersebar di wilayah Kabupaten Parigi, Sigi dan Donggala. Berdasarkan *conversation operations* hasil penelitian, ada delapan tahapan inti dalam proses pengolahan bahan baku (kedelai) hingga menjadi tahu pada perusahaan Tahu Super Afifah yaitu penimbangan kedelai, sortir, perendaman, penggilingan, perebusan, penyaringan, pencampuran biang cuka dan pencetakan.

Berdasarkan outbound hasil penelitian, ada tiga jalur outbound pada perusahaan Tahu Super Afifah. Pertama, perusahaan Tahu Super Afifah – Pengepul – Pengecer – Konsumen akhir. Kedua, perusahaan Tahu Super Afifah – Pengecer – Konsumen akhir. Ketiga, perusahaan Tahu Super Afifah – Konsumen akhir.

DAFTAR PUSTAKA

1. Apriani, Hijjatun, Cut Ita Erliana, & Muhammad Zakaria. (2019). “Analisis Supply Chain Management (SCM) Udang Vaname Di Desa Teupin Pukat Kabupaten Aceh Timur.” Jurusan Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Malikussaleh, Aceh Utara, Indonesia.
2. Apriyani, Dwi, Rita Nurmaliana, & Burhanuddin. (2018). “Evaluasi Kinerja Rantai Pasok Sayuran Organik Dengan Pendekatan Supply Chain Operation Reference (SCOR).” 8, No 2:312–35.
3. Arif, M. (2018). Supply Chain Management. Yogyakarta: Deepublish.
4. Assauri. (2011). Manajemen Produksi Dan Operasi. Jakarta: Lembaga Penerbit FEUI.
5. Edi Sarwo, Fandi Rosi. (2016). Teori Wawancara Psikodignostik. 1st ed. Yogyakarta: PT. Leutika Nouvalitera.
6. Furqon. (2014). “Analisis Manajemen Dan Kinerja Rantai Pasokan Agribisnis Buah Stroberi Di Kabupaten Bandung. Fakultas Pendidikan Ekonomi Dan Bisnis. Universitas Pendidikan Indonesia.” 3(2).
7. Hadi, Oki Nidia Anita, & Erma Suryani. (2012). “Penerapan Sistem Dinamik Pada Logistik Militer Untuk Meningkatkan Evisiensi Tenaga Kerja Waktu Dan Biaya Perawatan Sehingga Dapat Menjaga Ketersediaan Senjata Perang.” Jurnal Tekknis Pomits 1:1–6.
8. Hayati, Nur Enty. (2014). “Supply Chain Management (SCM) Dan Logistic Management.” 8(Dinamika Teknik):25–34.
9. Jacobs, F. R., & Chase, R. (2015). Manajemen Operasi Dan Rantai Pasokan. Jakarta: Salemba Empat.
10. Jhonson, et al. (2008). Near-Optimal Solutions To Very Large Traavelling Salesman Problem, Monograph, in Preparation.
11. Kambey, Stefvani Flauren, Lotje Kawet, & Jacky S. B Sumarauw. (2016). “Analisis Rantai Pasokan (Supply Chain) Kubis Di Kelurahan Rurukan Kota Tomohon.” Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado 4:303–408.
12. Leppe, Ebenheiser P., & Merlyn Karuntu. (2019). “Analisis Manajemen Rantai Pasokan Industri Rumahan Tahu Di Kelurahan Bahu Manado.” Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Sam Ratulangi Manado 7:201–10.
13. Miru, S., Darman, & Kornelius, Y. (2019). Supply Chain Management. Surabaya: PT. Muara Karya.
14. Muhamad. (2009). Metode Penelitian Ilmu Sosial. Yogyakarta: Erlangga.
15. Mulyana, Deddy. (2003). Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

16. Prasetya, Hery, & Fitri Lukiastuti. (2009). *Manajemen Operasi*. Yogyakarta: MedPress.
17. Pujawan, I. N. (2005). *Supply Chain Management*. Surabaya: Guna Widya.
18. Pujawan, I. N., & ER Mahendrawathi. (2010). *Supply Chain Management*. Edisi Kedua. Surabaya: Guna Widya.
19. Sugiyono. (2014a). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
20. Sugiyono. (2014b). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
21. Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif. Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
22. Tompodung, Esther, Fanderik G. Worang, & Ferdy Roring. (2016). "Analisis Rantai Pasok (Supply Chain) Ikan Mujair Di Kecamatan Eris Kabupaten Minahasa." *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado* 4:279–90.
23. Tubagus, Lilis Suryani, Marjam Mangantar, & Hendra Tawas. (2016). "Analisis Rantai Pasokan (Supply Chain) Komoditas Cabai Rawit Di Kelurahan Kumelembuai Kota Tomohon." *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado* 4:613–21.
24. Widisatriani. (2015). "Manajemen Rantai Pasok Benih Cabai Rawit (Kasus Di Yayasan Idep, Desa Batuan Keler, Kecamatan Sukawati, Kabupaten Gianyar)." *Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Udayana*.
25. Widyarto, A. (2012). "Peran Supply Chain Management Dalam Sisten Produksi Dan Operasi Perusahaan." *Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta* 6.