

Analisis Perencanaan *Supply Chain Management* pada Seneca Coffe Studio Kota Medan

Vania Sally Nabila¹, Minta Ito Lubis², Siti Aisyah³

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Jalan Williem Iskandar pasar V Medan Estate 20371, Sumatera Utara, Indonesia

[1vaniasally12@gmail.com](mailto:vaniasally12@gmail.com), [2mintaalubis10@gmail.com](mailto:mintaalubis10@gmail.com), [3siti.aisyah@uinsu.ac.id](mailto:siti.aisyah@uinsu.ac.id)

Abstract

The development of food and beverage sales is growing rapidly. One of the drinks that has experienced a large increase in sales is coffee. With the potential for the development of coffee sales, to have an advantage in the sales competition, Seneca Coffee Studio needs to implement Supply Chain Management. The purpose of using Supply Chain Management, where the most basic is to be able to align demand with existing supply. This research method is a qualitative method that focuses on analyzing the application of Supply Chain Management at Seneca Coffee Studio. The results of this study are the supplier selection process at Seneca Coffee Studio with the initial process of taking coffee beans from the Samosir coffee plantation to logistics distribution. The supply of coffee from Samosir coffee plantations to Seneca Coffee Studio greatly helps the distribution of coffee supplies to Seneca Coffee Studio outlets and has an impact on the sale of coffee drinks. The purpose of this study was to determine the process of supplier selection, logistics planning, and logistics distribution at Seneca Coffee Studio. This study uses qualitative methods with data collection techniques by observation and interviews.

Keywords: *Supplier Selection, Planning, Distribution, SCM (Supply Chain Management)*

Abstrak

Perkembangan penjualan makanan dan minuman tumbuh dengan pesat. Salah satu minuman yang memiliki penjualan yang mengalami kenaikan yang besar adalah kopi. Dengan potensi berkembangannya penjualan kopi, maka untuk memiliki keunggulan dalam persaingan penjualan Seneca Coffee Studio perlu menerapkan Supply Chain Management. Tujuan menggunakan Supply Chain Management, dimana yang paling dasar adalah bisa menyelaraskan permintaan dengan pasokan yang ada. Metode penelitian ini adalah metode kualitatif yang fokus pada analisis penerapan Supply Chain Management pada Seneca Coffee Studio. Hasil penelitian ini adalah proses pemilihan pemasok di Seneca Coffee Studio dengan proses awal pengambilan biji kopi yang berada di kebun kopi Samosir sampai dengan pendistribusian logistik. Pasokan kopi dari kebun kopi Samosir ke pada Seneca Coffee Studio sangat membantu pendistribusian pasokan kopi ke outlet Seneca Coffee Studio dan berdampak

kepada penjualan minuman kopi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui proses pemilihan pemasok, perencanaan logistik, dan pendistribusian logistik pada Seneca Coffee Studio. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan Teknik pengumpulan data secara observasi dan dilakukan wawancara.

Kata kunci: Pemilihan Pemasok, Perencanaan, Distribusi, SCM (Supply Chain Management)

PENDAHULUAN

Kopi (*coffea sp*) merupakan suatu jenis tanaman tropis. Kopi juga merupakan minuman yang tidak mengandung alkohol dan memiliki kafein. Banyak manfaat yang didapatkan dari mengkonsumsi kopi, diantaranya kafein yang terkandung didalamnya dapat meningkatkan laju metabolisme tubuh. Bagi sebagian orang dengan rutinitas yang mengharuskan mereka untuk beraktivitas di malam hari, kopi bisa menjadi alternatif minuman yang baik karena kandungan kafein yang dimilikinya dapat mengatasi rasa kantuk. Kopi juga mempunyai sifat sebagai anti bakteri yang baik hingga memungkinkan untuk menyembuhkan berbagai masalah yang berkaitan dengan kesehatan (Panggabean, 2012).

Di era globalisasi ini peminat pada minuman kopi semakin meningkat sehingga banyak bermunculan outlet-outlet kopi yang tersebar di seluruh Indonesia, sehingga membuat persaingan bisnis di bidang industri ini semakin ketat dan menuntut perusahaan untuk menyusun kembali strategi. Salah satu cara untuk bertahan di persaingan dalam era globalisasi ini adalah menerapkan *supply chain management* pada perusahaannya. Seneca Coffee Studio sebagai salah satu yang bergerak dalam industri minuman kopi perlu dimodernisasi dengan menerapkan *supply chain management*, seperti bantuan dalam berbagai *tool* manajemen operasional yaitu analisis logistik pemilihan pemasok seperti dalam penelitian ini.

Logistik didefinisikan sebagai Proses pengelolaan yang strategis terhadap pemindahan dan penyimpanan barang, suku cadang dan barang jadi dari supplier, di antara fasilitas-fasilitas perusahaan dan kepada para pelanggan. Bowersox (2006:13). Logistik adalah proses yang terorganisasi dimana mengatur aliran barang dagangan dari sumber Pasok ke vendor, pengrosir atau distributor melalui fungsi proses internal, sampai barang dagangan terjual dan sampai ke tangan pelanggan. (Levi & Weitz, 2002:329).

Pemilihan pemasok logistik menurut Gencer dan Gurpinar (dalam Kurniawati, dkk, 2013:25), faktor kesuksesan perusahaan salah satunya adalah pemilihan pemasok. Pemasok yang dipilih dengan tepat dapat menjamin ketersediaan bahan baku untuk menjaga lintasan produksi. Memilih pemasok merupakan masalah multi kriteria dimana setiap kriteria digunakan mempunyai kepentingan berbeda dan informasi mengenai hal tersebut tidak diketahui dengan tepat. Pemilihan pemasok berdasarkan penawaran harga yang paling rendah sudah tidak efektif dan efisien lagi. Untuk mendapatkan kinerja rantai pasokan yang maksimal harus menggabungkan faktor lainnya yang sesuai dan selaras dengan tujuan perusahaan. Pemilihan pemasok yang tepat tidak hanya pemasok yang dapat memberikan material yang berkualitas, tepat waktu, dan harga terjangkau namun juga harus memberikan service yang optimal baik dari segi responsif, kelancaran komunikasi dan informasi. (Yoserizal dan Singgih, 2012:75).

Perencanaan logistik adalah merencanakan kebutuhan logistik yang pelaksanaannya dilakukan oleh semua calon pemakai (user) kemudian diajukan sesuai dengan alur yang berlaku di setiap organisasi. (Mustikasari, 2007:4). Pendistribusian logistik menurut Kotler dan Keller (2009:106), saluran distribusi logistik adalah suatu perangkat organisasi yang tergantung yang tercakup dalam proses yang membuat produk atau jasa menjadi untuk digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen atau pengguna bisnis. Warren J Keegan (2003:86), Saluran Distribusi adalah saluran yang digunakan oleh produsen untuk menyalurkan barang tersebut dari produsen sampai ke konsumen atau pemakai industri.

Supply chain management sendiri merupakan pengelolaan dan juga pengawasan rantai siklus mulai dari bahan material atau barang mentah, pembayaran, informasi dari pemasok ke produsen, pedagang grosir pengecek sampai dengan konsumen. *supply chain management* merupakan usaha yang luas dan kompleks yang bergantung pada setiap mitra – dari pemasok hingga produsen dan seterusnya supaya dapat berjalan dengan baik. Tujuan dari manajemen rantai pasokan sendiri adalah untuk memaksimalkan nilai pelanggan dan mendapatkan keunggulan kompetitif di pasar. Untuk mencapainya, dibutuhkan berbagai upaya, baik strategi bisnis dan perangkat lunak khusus. Proses-Proses dalam Supply Chain Management adalah

- **Perencanaan**
Ada beberapa aktivitas yang dilibatkan dalam tahap perencanaan, mulai dari prakiraan permintaan konsumen, perencanaan pembelian, dan perencanaan produksi, hingga persiapan tenaga kerja dan transportasi.
- **Pembelian atau Pengadaan**
Proses pengadaan biasanya melibatkan beberapa tahap, yakni pengajuan pembelian, penilaian pengajuan, persetujuan pembelian, dan pemesanan ke pemasok. Admin bertanggung jawab untuk memeriksa dan mencatat apa saja yang harus dibeli dan kemudian mengajukannya kepada manajer pembelian.
- **Produksi**
Proses produksi merupakan proses di mana seluruh bahan baku akan diolah menjadi produk jadi. Proses ini biasanya tidak hanya melibatkan tenaga kerja manusia tetapi juga mesin.
- **Pengelolaan**
Gudang Setelah barang selesai diproduksi, maka barang tersebut harus di simpan di dalam gudang. Pengelolaan gudang terdiri dari proses memasukkan (inbound) dan mengeluarkan (outbound) barang, pengambilan dan pengepakan, cross-docking, dan stock opname. Setiap barang yang masuk dan keluar harus selalu dicatat. Stock opname juga harus dilakukan secara berkala agar tidak ada perbedaan antara jumlah fisik barang yang sebenarnya dan jumlah barang yang tercatat dalam pembukuan. Seluruh aktivitas di gudang yang memakan waktu ini dapat diotomatiskan dengan bantuan warehouse management software
- **Pengiriman Pesanan**
Setelah barang pesanan diambil dari gudang dan dikemas, maka langkah selanjutnya adalah mengirimnya ke pelanggan. Kurir dan transportasi harus dipersiapkan terlebih dahulu agar barang dapat segera dikirim.
- **Pengembalian Pesanan**
Pengembalian pesanan biasanya terjadi ketika konsumen mengajukan pengembalian yang dikarenakan kerusakan, kekeliruan, atau keterlambatan. Proses ini melibatkan beberapa aktivitas seperti pemeriksaan kondisi produk, otorisasi pengembalian, penggantian produk, dan penjadwalan pengiriman, pengembalian uang.

Ada beberapa tujuan menggunakan *supply chain management*, dimana yang paling dasar adalah bisa menyelaraskan permintaan dengan pasokan yang ada. Selain itu ada beberapa hambatan atau masalah yang sering dialami saat menjalankan rantai pasokan seperti manajemen pengadaan barang, manajemen pemasok, mengelola hubungan dengan pelanggan, identifikasi masalah dan kemudian merespons masalah tersebut, manajemen risiko, dan lain sebagainya. Agar bisa menjadi pemenang dalam rantai pasokan penting bagi rantai pasokan untuk bisa menyediakan produk yang tidak hanya murah, namun berkualitas, bervariasi, dan juga disediakan tepat waktu. Fungsi yang pertama adalah *supply chain management* secara fisik dimana fungsi dari *supply chain management* ini adalah mengonversi bahan baku menjadi produk jadi yang bisa disampaikan ke konsumen akhir.

TINJAUAN TEORITIS

3.1 *Supply Chain Management*

3.1.1 *Definisi Supply Chain*

Menurut P. Tyagi (2014) *supply chain* adalah suatu sistem tempat organisasi menyalurkan barang produksi dan jasanya kepada pelanggannya. Rantai ini juga merupakan jaringan atau jejaring dari berbagai organisasi yang saling berhubungan yang mempunyai tujuan yang sama, yaitu sebaik mungkin menyelenggarakan pengadaan dan penyaluran barang tersebut. Sedangkan menurut Schroeder (2007, 189), *supply chain* adalah serangkaian dari proses bisnis dan informasi yang menyediakan produk atau jasa dari supplier ke perusahaan dan mendistribusikannya ke konsumen. Jadi kesimpulannya *supply chain* adalah suatu sistem jaringan di suatu perusahaan yang terhubung, saling bergantung dan saling menguntungkan dalam organisasi yang bekerja sama untuk mengendalikan, mengatur dan mengembangkan arus material, produk, jasa dan informasi dari supplier, perusahaan, distributor, toko atau ritel, serta perusahaan-perusahaan pendukung seperti perusahaan jasa logistik hingga ke pelanggan sebagai end user.

3.1.2 *Definisi Supply Chain Management*

Menurut J. A. O'Brien (2006), SCM adalah sistem antar perusahaan lintas fungsi, yang menggunakan teknologi informasi untuk membantu mendukung, serta mengelola berbagai hubungan antara beberapa proses bisnis utama perusahaan dan dengan pemasok, pelanggan, dan para mitra bisnis.

Levi, et.al (2000) mendefinisikan *supply chain management* sebagai suatu pendekatan yang digunakan untuk mencapai pengintegrasian yang efisien dari supplier, manufacture, 25 distributor, retailer, dan customer.

3.1.3 *Komponen Dasar Supply Chain Management*

Dalam penerapannya SCM memiliki beberapa komponen dasar (Worthen & Wailgum, 2008) antara lain :

1. Plan.
Awal kesuksesan SCM adalah pada proses penentuan strategi SCM. Tujuan utama dari proses perumusan strategi adalah agar tercapainya efisiensi dan efektivitas biaya dan terjaminnya kualitas produk yang dihasilkan hingga sampai ke konsumen.
2. Source.
Perusahaan harus memilih supplier bahan baku yang kredibel dan sanggup untuk mendukung proses produksi yang akan dilakukan. Oleh sebab itu manajer SCM harus dapat menetapkan harga, mengelola pengiriman dan pembayaran bahan baku, serta menjaga dan meningkatkan hubungan bisnis terhadap supplier.
3. Make.
Komponen ini adalah tahap manufacturing. Manajer SCM melakukan penyusunan jadwal aktivitas yang dibutuhkan dalam proses produksi, uji coba produk, pengemasan dan persiapan pengiriman produk. Tahap ini merupakan tahap yang paling penting dalam SCM. Perusahaan juga harus mampu melakukan pengukuran kualitas, output produksi, dan produktivitas pekerja.
4. Deliver.
Perusahaan memenuhi order dari permintaan konsumen, mengelola jaringan gudang penyimpanan, memilih distributor untuk menyerahkan produk ke konsumen, dan mengatur sistem pembayaran.
5. Return.
Perencana SCM harus membuat jaringan yang fleksibel dan responsif untuk produk cacat dari konsumen dan membentuk layanan aduan konsumen yang memiliki masalah dengan produk yang dikirimkan. Perusahaan perlu membuat laporan performansi bisnis secara rutin. Sehingga

pimpinan perusahaan dapat mengetahui perubahan performa bisnis yang telah dilakukan sesuai dengan tujuan awal dari SCM yang telah ditetapkan.

3.1.4 Tujuan Supply Chain Management

Menurut Pujawan (2005), tujuan strategis SCM perlu dicapai untuk membuat supply chain menang atau setidaknya bertahan dalam persaingan pasar. Untuk bisa memenangkan persaingan pasar maka *supply chain* harus bisa menyediakan produk yang murah, berkualitas, tepat waktu, dan bervariasi. Untuk mencapai tujuan tersebut maka supply chain harus beroperasi secara efisien, menciptakan kualitas, cepat, fleksibel, dan inovatif.

Menurut Dilworth (2000:374), tujuan supply chain management adalah untuk merencanakan dan 27 mengkoordinasikan semua kegiatan yang terdapat dalam *supply chain*, sehingga akan tercapai pelayanan kepada customer yang maksimal dengan biaya yang relatif rendah.

Menurut Chopra dan Meindl (2004) tujuan dari SCM adalah untuk memaksimalkan nilai keseluruhan yang dihasilkan untuk memenuhi kebutuhan dan permintaan customer. Di sisi lain, tujuannya adalah untuk meminimalkan biaya secara keseluruhan seperti biaya pemesanan, penyimpanan, transportasi.

3.1.5 Manfaat Supply Chain Management

SCM berfungsi sebagai mediasi pasar, yaitu memastikan apa yang dipasok oleh rantai suplai mencerminkan aspirasi pelanggan atau konsumen akhir tersebut. Dalam hal ini fungsi pemasaran yang akan berperan. Melalui pelaksanaan SCM, pemasaran dapat mengidentifikasi produk dengan karakteristik yang diminati konsumen. Selanjutnya fungsi ini harus mampu mengidentifikasi seluruh atribut produk yang diharapkan konsumen tersebut dan mengkomunikasikan kepada perancang produk. Apabila seleksi rancangan produk sudah dilakukan dan dilakukan pengujian maka produk dapat diproduksi.

METODE PENELITIAN

4.1 Metode Penelitian

Dalam pelaksanaan penelitian ini digunakan metode kualitatif karena metode penelitian yang digunakan meneliti pada kondisi yang alamiah dimana peneliti sebagai instrumen kunci. Penelitian kualitatif dimulai dengan pengumpulan informasi informasi dalam situasi sewajarnya, untuk dirumuskan menjadi suatu generalisasi yang dapat diterima oleh akal sehat manusia (sugiyono 2010:205). Informan penelitian adalah orang – orang yang mengetahui atau pelaku yang terlibat langsung dengan permasalahan penelitian ini.

4.2 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui proses pemilihan pemasok, perencanaan logistik, dan pendistribusian logistik pada Seneca Coffee Studio.

4.3 Cara Pengumpulan Data

Cara pengumpulan data pada penelitian ini adalah dengan melakukan wawancara dan observasi lapangan. Wawancara adalah pertemuan yang dilakukan oleh dua orang untuk bertukar informasi maupun suatu ide dengan cara tanya jawab, sehingga dapat dikerucutkan menjadi sebuah kesimpulan atau makna dalam topik tertentu. Dalam hal ini penulis melakukan wawancara pada hakikatnya untuk memperoleh pemahaman secara holistic (secara menyeluruh) mengenai pandangan atau perspektif (konteks sistem dan persepsi visual) secara langsung kepada responden untuk membahas tentang permasalahan yang dihadapi dalam pelaksanaan tugas pendistribusian kopi. Observasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui sesuatu pengamatan, dengan disertai pencatatan-pencatatan terhadap keadaan atau perilaku objek sasaran.

4.4 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah proses pengolahan data menjadi informasi baru. Proses ini dilakukan dengan tujuan agar sifat - sifat data lebih mudah dipahami dan khususnya bermanfaat sebagai solusi atas permasalahan yang berkaitan dengan penelitian. Ada berbagai metode dan metode untuk melakukan analisis, tergantung pada industri dan tujuan analisis. Semua metode analisis data ini terutama didasarkan pada dua jenis metode analisis data : metode analisis data kuantitatif dan kualitatif dalam penelitian. Pada penelitian ini menggunakan jenis metode analisis data kualitatif.

Teknik analisis data kualitatif, merupakan teknik pengolahan data dimana datanya berbentuk non numerik serta terfokus pada kualitas nya. Semakin lengkap penjelasan yang ada di data tersebut, maka akan semakin bagus datanya. Melakukan analisis data butuh usaha dan kreativitas untuk menemukan sebuah jalan keluar dalam penyelesaian masalah penelitian. Kesuksesan sebuah perusahaan juga ditentukan berdasarkan analisis data yang dilakukan. Melihat perkembangan zaman, perusahaan dituntut untuk melakukan banyak hal pada waktu yang bersamaan. Jika ingin melakukan banyak hal, maka perusahaan membutuhkan banyak SDM.

Analisis data menurut Sugiyono (2018 : 482) adalah proses pencarian dan menyusun data sistematis dari wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi, bagaimana mengatur data ke dalam kategori dan membaginya menjadi unit, menempatkan dalam pola, memilih apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan buatlah kesimpulan yang mudah dipahami oleh anda dan orang lain. Data penelitian kualitatif, data diperoleh dari berbagai sumber, dengan menggunakan teknik pengumpulan data yang bermacam-macam (triangulasi) yaitu :

1. Reduksi Data.
2. Penyajian Data (Data Display).
3. Penarikan Kesimpulan.

PENELITIAN TERDAHULU

1. Penelitian Melva, dkk (2014), Penelitian ini bertujuan untuk memahami proses pemilihan supplier, perencanaan logistik, dan distribusi logistik di PT. Sinar Galesong Pratama Manado. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang berfokus pada analisis rencana manajemen rantai pasok. Hasil penelitian ini adalah sebagai berikut: Proses pemilihan supplier di PT. Sinar Galesong Pratama bekerja sama dengan PT, satu-satunya distributor pemilik merek Suzuki di Indonesia. Penjualan Suzuki Indomobil. Rencana logistik di PT. Suzuki India Mobile Sales adalah yang terbaik dari segi kualitas produk, harga bersaing, kehandalan pemasok, efisiensi waktu, efisiensi lokasi dan efisiensi biaya.
2. Penelitian Utami, dkk (2011), penelitian ini bertujuan untuk mengetahui implementasi manajemen logistik perkantoran Di PMI Surakarta. Metode survei menggunakan metode kualitatif. Hasil studi menunjukkan organisasi menerapkan manajemen logistik tetapi belum memiliki sumber daya lokal terlalu banyak fungsi manajemen gudang dan kantor dengan manusia. Dibutuhkan untuk ini Penguatan SDM dan penyempurnaan model logistik organisasi.
3. Penelitian Chandra (2013), penelitian ini bertujuan untuk mendukung kinerja Manajemen rantai pasok dengan menerapkan sistem logistik. Metode survei menggunakan metode kualitatif. Hasil penelitian menyimpulkan semakin baik kinerja manajemen logistik, semakin efisien dan efektif bisnis nantinya mendukung perkembangan positif perusahaan.
4. Penelitian Budiman (2013), manfaat optimasi dan integrasi rantai pasokan, menjadi fokus beberapa organisasi perusahaan besar di seluruh dunia. Implementasi rantai pasok merupakan bagian penting dalam meningkatkan daya saing suatu organisasi bisnis. Upaya yang layak adalah merancang dan menciptakan alternatif untuk meminimalkan waktu dan biaya serta memaksimalkan proses. Teknik penelitian kualitatif, yaitu melakukan wawancara berbasis observasi dan prosedur pengumpulan data terdokumentasi, dan pengumpulan data

menggunakan teknik snowball sampling. Sumber data survei adalah UD Majujaya, salah satu produsen ayam di Manado.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

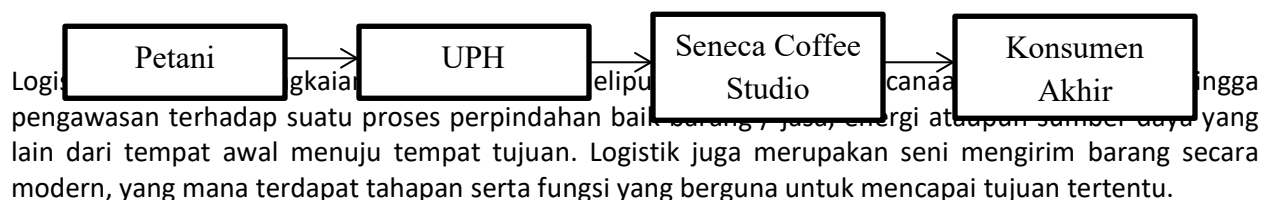
Meminum kopi menjadi salah satu aktivitas yang dilakukan banyak orang di Indonesia, khususnya Kota Medan. Bahkan, ngopi sudah bisa disebut tren baru yang ada di tengah - tengah masyarakat. Dengan budaya kopi yang tinggi menjadikan banyak anak muda memilih membuka coffee shop di Kota Medan. Seperti Khamal Nasution pemilik Seneca Coffee Studio di Jalan Gurilla No.61 Medan ini. Khamal mengatakan dirinya membuka usaha Coffee Shop karena melihat bisnis ini menjanjikan keuntungan yang besar. Hal ini didasarkan semakin banyaknya orang - orang yang memilih meminum kopi. Melihat perkembangan Coffee Shop sebagai sebuah industri sudah semakin besar mulai dari hulu hingga hilir. Mulai dari petani sampai disajikan kepada pelanggan dan mengingat ngopi atau nongkrong sudah menjadi kebutuhan bagi masyarakat khususnya kalangan anak muda. Khamal mengatakan dirinya nekat berbisnis di usia muda karena adanya dorongan dari dalam diri. Faktor utamanya adalah meraih keuntungan untuk dapat membiayai kebutuhan sehari - hari yang dia sebut sebagai merdeka finansial. Adanya faktor personal yang memberikan motivasi lebih untuk bisa merdeka secara finansial dengan jalan berwirausaha. Dalam menjalankan bisnisnya tersebut, Khamal mengatakan banyak tantangan yang dirasakannya. Terutama adalah persaingan dengan coffee shop yang lain.

Heizer & Rander (2004), mendefinisikan Supply Chain Management (Manajemen Rantai Pasokan) sebagai kegiatan pengelolaan kegiatan-kegiatan dalam rangka memperoleh bahan mentah menjadi barang dalam proses atau barang setengah jadi dan barang jadi kemudian mengirimkan produk tersebut ke konsumen melalui sistem distribusi. Kegiatan - kegiatan ini mencakup fungsi pembelian tradisional ditambah kegiatan penting lainnya yang berhubungan antara pemasok dengan distributor. Levi, et.al (2000) mendefinisikan supply chain management sebagai suatu pendekatan yang digunakan untuk mencapai pengintegrasian yang efisien dari supplier, manufacture, distributor, retailer, dan customer. Perusahaan manufacture menurut Pujawan (2005), kegiatan-kegiatan utama yang masuk dalam klasifikasi SCM adalah :

1. Kegiatan merancang produk baru (Product Development), kegiatan mendapatkan bahan baku (Procurement).
2. Kegiatan merencanakan produksi dan persediaan (Planning and Control), kegiatan melakukan produksi (Production).
3. Kegiatan melakukan pengiriman / distribution.

5.1 Hasil Wawancara

Penulis melakukan wawancara terhadap para informan penelitian yang terdiri dari pihak manajemen, karyawan, konsumen atau pelanggan Seneca Coffee Studio. Model logistik di Seneca Coffee Studio mulai dari pabrik sampai ke perusahaan dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Logistic Basic dari Seneca Coffee Studio Medan

Gambar 1 menjelaskan bagaimana logistic basic pada Seneca Coffee Studio mendapatkan kopi dari petani kopi di kebun kopi samosir yang merupakan penyalur kopi, di olah menjadi kopi yang berkualitas terbaik kemudian menyalurkan dan mendistribusikan kopi tersebut ke Seneca Coffee Studio dan

sampailah kepada konsumen akhir. Penyalur yang dipilih oleh Seneca Coffee Studio memiliki kopi yang berkualitas dan sudah terbukti asli.

Saat ini Seneca Coffee Studio menggunakan biji kopi dari missibu roastery yang mana menggunakan biji kopi gayo dan bali arabica alasan memilih jenis kopi ini karena salah satu kopi terbaik di dunia, kopi ini memiliki aroma yang sangat tajam sehingga banyak disukai karena rasa pahit yang hampir tidak terasa. Tahap awal pemilihan kopi dan alasan memilih kopi tersebut karena kebutuhan coffee shop dan juga rasa yang dikeluarkan rasa yang sangat unik seperti buah dan kulit lemon. Keunggulan kopi missibu roastery dan biji kopi gayo dan bali arabica adalah karena memiliki rasa yang unik kalau digunakan untuk black coffee akan menimbulkan rasa cinnamon dan lemon zest sedangkan untuk white coffee akan menimbulkan rasa seperti kacang almond dan coklat. Menu kopi yang digemari pelanggan adalah Sanger, Americano, V60 dan Coffee Latte, Sebanyak 10 kilogram kopi terjual habis setiap bulannya. Keunggulan Coffee Shop Seneca Coffee Studio menurut pelanggan adalah dengan harga murah tapi kualitas yang diberikan tidak semurah harganya, memiliki konsep klasik yang membawa suasana seperti sedang berada di rumah orang – orang dulu karena mengusung konsep tahun 90-an. Selain membeli langsung Seneca Coffee Studio juga dapat dibeli melalui jasa transportasi yang menyediakan layanan berbasis mobile dalam kegiatan operasionalnya untuk meningkatkan kemudahan akses bagi para pelanggannya dan kesejahteraan para pekerja di berbagai sektor informal di Indonesia seperti GrabFood dan GoFood.

5.2 Pembahasan

5.2.1 Pemilihan Produk yang Berkualitas

Menurut Kotler dan Keller (2016:37) bahwa kualitas produk merupakan suatu kemampuan produk dalam melakukan fungsi - fungsinya, kemampuan itu meliputi daya tahan, kehandalan, ketelitian, yang diperoleh produk dengan secara keseluruhan. Perusahaan harus selalu meningkatkan kualitas produk atau jasanya karena peningkatan kualitas produk bisa membuat pelanggan merasa puas dengan produk atau jasa yang diberikan dan akan mempengaruhi pelanggan untuk membeli kembali produk tersebut.

Menurut Tjiptono (2015:105) bahwa definisi konvensional dari kualitas merupakan performansi sebagai gambaran langsung dari suatu produk, keandalan, mudah untuk digunakan, estetika dan sebagainya. Dalam arti strategi, kualitas adalah segala sesuatu yang dapat memberikan kebutuhan konsumen sesuai dengan apa yang diinginkan konsumen.

Agar mencapai kualitas produk yang diinginkan maka harus diperlukan suatu standarisasi kualitas. Hal ini bertujuan untuk menjaga agar produk yang dihasilkan bisa memenuhi standar yang sudah ditetapkan sehingga konsumen tidak akan kehilangan kepercayaan terhadap produk yang bersangkutan. Pengalaman pelanggan dalam membeli produk yang baik atau buruk akan mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian Kembali atau tidak. Oleh karena itu, pemain usaha harus mampu menciptakan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan selera konsumen. kebutuhan yang tidak dapat memenuhi harapan konsumen, haruslah cepat ditanggapi oleh perusahaan, yaitu dengan upaya pengembangan produk sesuai dengan harapan konsumen tersebut (Assauri, 2012:167). Jadi dapat disimpulkan bahwa kualitas produk merupakan suatu kemampuan produk yang mampu memenuhi setiap kebutuhan konsumen sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen.

5.2.2 Pemilihan Supplier (Pemasok)

Dalam persaingan bisnis yang kompetitif seperti saat ini, perusahaan sangat tidak mungkin untuk bisa sukses memproduksi barang dengan biaya rendah, dan menghasilkan produk yang berkualitas tanpa adanya supplier atau pemasok yang memuaskan. Kebanyakan perusahaan memilih untuk mencari supplier bahan produksi daripada harus membuatnya sendiri. Dalam prosesnya, memilih supplier memerlukan beberapa pertimbangan seperti ketersediaan pasokan, biaya dan kinerja pengiriman, dan

kualitas supplier itu sendiri. Pemilihan supplier yang kompeten dan tepat merupakan faktor penting yang mempengaruhi hubungan pembeli-supplier. Jika proses pemilihan dan pemeliharaan hubungan dengan supplier ini dilakukan dengan benar, kualitas produk yang lebih tinggi dan hubungan mitra yang baik akan mudah dicapai. Dengan harapan, supplier mampu menyediakan produk atau jasa yang berkualitas dengan harga yang tepat, jumlah yang tepat dan pada waktu yang tepat. Tujuan dari proses pemilihan pemasok adalah untuk mengidentifikasi pemasok yang tepat.

Keputusan untuk memilih supplier bukanlah hal yang mudah, pembeli harus memastikan bahwa pihak supplier benar-benar telah memenuhi kriteria yang telah ditetapkan. Berikut ini adalah sejumlah kriteria yang bisa digunakan dalam memilih supplier : Kualitas (Quality), Harga (Price), Kriteria Layanan Customer Care, Kriteria Ketepatan Jumlah, Delivery / pengiriman.

Coffee Shop Seneca Coffee Studio merupakan usaha yang bergerak di bidang industri makanan dan minuman, khususnya kopi yang banyak disukai dan diminati pelanggan seperti Sanger, Coffee Latte, V60 dan Americano. Coffee Shop ini memperoleh distribusi logistik kopi dari petani di kebun kopi samosir yang sudah menjalin kerjasama dari awal berdirinya Seneca Coffee Studio ini karena kualitas kopi yang terpercaya dan berkualitas. Persediaan pesanan logistic kopi dipesan sesuai dengan kebutuhan selama beberapa bulan namun untuk pesanan mendadak juga bisa dilakukan, jika terjadi kelebihan permintaan dan persediaan atau stock kopi habis, yaitu dengan memesan langsung dan menunggu beberapa hari. Setiap bulannya Seneca Coffee Studio menghabiskan 10 kilogram kopi, tidak menyediakan kopi yang berkualitas rendah. Pemilihan pemasok pada penelitian ini sudah sangat baik dan unggul dari segi kualitas, jika dibandingkan dengan penelitian terdahulu oleh Budiman (2013) bahwa kondisi rantai pasok yang dipakai terlalu banyak dan tidak efisien dan memakai banyak biaya.

5.2.3 Perencanaan Logistic

Perencanaan logistik merupakan kegiatan pemikiran, penelitian, perhitungan, dan perumusan tindakan-tindakan yang akan dilakukan di masa yang akan datang, baik berkaitan dengan kegiatan-kegiatan operasional dalam pengadaan logistik, penggunaan logistik, pengorganisasian, maupun penendalian logistik. Dengan demikian maka secara sederhana perencanaan logistic ini dapat diartikan sebagai proses perumusan kebutuhan - kebutuhan logistic yang akan digunakan pada masa yang akan datang untuk mendukung tercapainya tujuan organisasi perusahaan secara efektif dan efisien.

Tujuan utama manajemen Logistik adalah agar barang atau bahan yang diperlukan untuk proses produksi atau kegiatan operasional dapat tersedia dengan kuantitas, dan kualitas dengan biaya yang seefisien mungkin. Manajemen logistik juga memantau pengiriman barang dari mulai packing hingga barang sampai ke tangan konsumen. Menurut Lumenta (1990) terdapat 3 tujuan manajemen logistik, yaitu :

1. Tujuan operasional, yaitu tersedianya barang serta bahan dalam jumlah yang tepat dan mutu serta waktu yang dibutuhkan.
2. Tujuan keuangan, yaitu terlaksananya tujuan operasional dengan biaya serendah-rendahnya dengan hasil yang optimal.
3. Tujuan pengamanan, agar persediaan tidak terganggu oleh kerusakan, pemborosan, penggunaan tanpa hak, pencurian dan penyusutan yang tidak wajar lainnya, serta nilai persediaan yang sesungguhnya dalam sistem akuntansi.

Jika disimpulkan setidaknya ada tiga tujuan khusus dalam kegiatan manajemen logistik, yaitu persediaan barang bisa dilaksanakan dengan kuantitas dan kualitas yang benar. Kedua, agar pengeluaran dana untuk tujuan pengadaan bisa dilakukan dengan efisien. Ketiga, mencapai tujuan utama perusahaan.

5.2.4 Pendistribusian Logistic

Distribusi bisa berartikan sebagai saluran yang bisa berguna untuk produsen untuk menyampaikan barang maupun layanan jasa mereka pada konsumen. Sedangkan Logistik memiliki arti yang berbeda. Istilah ini bisa berarti sebagai pengendalian arus material barang, barang jadi, maupun informasi yang berkaitan dengan bidang usaha. Logistik ada hubungannya dengan distribusi. Dalam logistik ada perencanaan dan pengendalian arus barang mulai dari pabrik atau produsen hingga kepada konsumen. Contohnya ialah dalam pembayaran pengambilan resiko pembiayaan dan pemesanan. Sedangkan untuk jenisnya sendiri saluran distribusi memiliki berbagai tingkatan untuk gambarannya berikut adalah contoh tingkatan saluran distribusi tersebut :

- Produsen ke Konsumen
- Dari Produsen – Pengecer – Konsumen
- Produsen- pedagang besar – pengecer - konsumen

Jika memerlukan strategi pendistribusian stok barang usaha. Saluran distribusi menjadi hal penting yang perlu diperhatikan saat memulai bisnis. Terutama bisnis produksi. Strategi distribusi ini menjadi hal yang penting dalam manajemen distribusi dan transportasi baik transportasi melalui darat air maupun udara. Keputusan untuk mengatur saluran distribusi pemasaran merupakan keputusan penting dalam sebuah manajemen. Saluran yang akan terpilih dapat mempengaruhi keputusan pemasaran lainnya karena kesalahan dalam memilih saluran distribusi yang tak tepat menghambat penyaluran barang atau jasa. Secara umum saluran distribusi merupakan kelompok perusahaan atau perorangan yang mempunyai hak kepemilikan untuk hak kepemilikan produk atau jasa ketika akan pindahan dari produsen ke konsumen.

Pendistribusian logistic dalam penelitian ini adalah kegiatan mendistribusikan logistic kopi dari petani di kebun kopi samosir ke Seneca Coffee Studio sangat merasa puas terhadap kualitas dari kopi yang di distribusikan oleh petani karena selain kualitas kopi yang baik, pendistribusian logistic yang dilakukan tidak pernah mengalami keterlambatan pasokan untuk dikirim saat melakukan pesanan. Penilaian yang baik dari pelanggan karena kopi yang di dapatkan memiliki kualitas terbaik dan rasa yang terjamin tidak akan berubah - ubah.

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian di atas dapat diambil kesimpulan bahwa pemilihan pemasok di Seneca Coffee Studio melalui kerja sama dengan petani di kebun kopi samosir. Logistic basic pada Seneca Coffee Studio mendapatkan kopi dari petani yang merupakan penyalur kopi, di olah menjadi kopi yang berkualitas terbaik kemudian menyalurkan dan mendistribusikan kopi tersebut ke Seneca Coffee Studio dan sampailah kepada konsumen akhir. Penyalur yang dipilih oleh Seneca Coffee Studio memiliki kopi yang berkualitas dan sudah terbukti asli. Faktor yang berpengaruh terhadap perencanaan logistik yaitu kualitas produk dari pemasok, harga yang kompetitif, kredibilitas perusahaan pemasok, efisiensi waktu, efisiensi lokasi, serta efisiensi biaya. Seneca Coffee Studio menggunakan biji kopi dari missibu rostery yang mana menggunakan biji kopi gayo dan bali arabica alasan memilih jenis kopi ini karena salah satu kopi terbaik di dunia. Keunggulan kopi missibu rostery dan biji kopi gayo dan bali arabica adalah karena memiliki rasa yang unik kalau digunakan untuk black coffee akan menimbulkan rasa cinnamon dan lemon zest sedangkan untuk white coffee akan menimbulkan rasa seperti kacang almond dan coklat.

SARAN

Saran berdasarkan penelitian diatas bahwa dengan adanya Supply Chain Management dalam perusahaan dimungkinkan memberi peningkatan efektifitas dan efisiensi dalam proses pembelian bahan baku, pemenuhan pesanan customer serta proses distribusi barang jadi. Penerapan supply chain management di masa seperti ini cocok di terapkan, karena system ini memiliki kelebihan dimana mampu memmanage aliran barang atau produk dalam suatu rantai pasokan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ariani, Desi. (2013) "Analisis Pengaruh Supply Chain Management terhadap Kinerja Perusahaan". Skripsi, pada Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.
- Budiman, E. V 2013. Evaluasi Kinerja Supply Chain pada UD. Maju Jaya di Desa Tiwoho Kabupaten Minahasa Utara. Jurnal Emba. Vol. 1(4). <http://ejournal.unsrat.ac.id>. Diakses 20 February 2014. Hal. 443-452.
- Chandra, Afridel. 2013. *Analisis Kinerja Distribusi Logistik* Pada Pasokan Barang Dari Pusat Distribusi Ke Gerai Indomaret di Kota Semarang. *Jurnal Institusional Repository*. <http://eprints.undip.ac.id/40234/>. Diakses 21 February 2014. Hal. 15-24.
- Chopra, Sunil dan Peter Meindl. 2007. *Supply Chain Management: Strategy, Planning and Operations*, 3rd Edition. Prentice Hall.
- Hesti Maheswari. (2008), *Manajemen Rantai Pasokan*, Fakultas Ekonomi, Universitas Mercubuana, Pusat Pengembangan Bahan Ajar, Jakarta.
- Indrajit, Richardus Eko dan Djokopranoto. (2003). *Konsep Manajemen Supply Chain :Strategi Mengelola anajemen Rantai Pasokan Bagi Perusahaan Modern diIndonesia*, PT Gramedia Widiasarana Indonesia, Jakarta.
- Irmawati. (2007) "Pengaruh Manajemen Rantai Pasokan Terhadap Kinerja Di Ptpn VIII Gunung Mas Bogor". Skripsi, pada Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Institut Pertanian, Bogor.
- Kurniawati, D.,Yuliando, H,. & Widodo, K,. 2013. Kriteria Pemilihan Pemasok Menggunakan Analytical Network Process. *Jurnal Teknik Industri*. Vol. 15 (1). <http://puslit2.petra.ac.id/ejournal>. Diakses 10 February 2014. Hal. 25-32.
- Mustikasari. 2007. Fungsi Manajemen Logistik. <http://ondyx.blogspot.com>. Diakses 23 February 2014. Hal. 1-10
- Suharto, Regina dan Devie. (2013) "Analisa Pengaruh Supply Chain Management terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja Organisasi". *Business Accounting Review*. 1 (2)