

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sudah menjadi pengetahuan umum bahwa sayuran merupakan salah satu bahan pangan penting dalam mencukupi kebutuhan gizi masyarakat. Sayuran dianggap sebagai sumber protein dan mineral yang utama, dan beberapa di antara zat gizi yang terkandung didalamnya tidak dapat digantikan oleh sumber lain (Zulkarnain, 2009:189). Masyarakat berhak untuk memperoleh pangan yang tersedia secara cukup, aman, bermutu, bergizi dan beragam. Sebagaimana telah dicantumkan dalam Undang-undang Republik Indonesia tahun 2012 yang menyebutkan bahwa pangan merupakan bagian dari hak asasi setiap rakyat Indonesia, untuk mencapai itu, perlu diselenggarakan suatu sistem pangan yang memberikan perlindungan, baik bagi pihak yang memproduksi maupun yang mengonsumsi pangan.

Isu pangan yang sehat, bergizi, aman dan bermutu, serta ramah lingkungan telah membentuk pola konsumsi masyarakat yang disebut dengan Green Consumerism. Green Consumerism adalah kelanjutan dari gerakan konsumerisme global yang dimulai dengan adanya kesadaran konsumen yang semakin kuat akan hak-haknya untuk mendapatkan produk yang layak, aman dan produk yang ramah lingkungan (Adialita, 2015:93). Adanya pola ini, produsen mulai melakukan persaingan dengan memanfaatkan isu ini untuk mulai mengarahkan bisnis mereka dengan menyediakan produk sehat dan ramah lingkungan dengan memproduksi produk-produk atau sayuran-sayuran organik.

Produk organik merupakan bagian dari karakteristik produk-produk hijau (green products) dan produk organik sebagai produk alami atau bebas dari zat kimia. Perbedaan antara produk organik dan produk konvensional adalah pada cara memproduksi atau budidaya. Cara menanam produk organik menghindari bahan kimia yang dapat merusak lingkungan dan pemeliharaan yang ketat, sehingga membuat produk organik lebih mahal dibanding produk konvensional (Ankomah dkk, 2006:9). Berdasarkan data statistik pertanian Organik Indonesia tahun 2016 (Rohman dkk,

2017:25) banyak konsumen yang menghendaki sayuran organik. Kesadaran untuk mengonsumsi pangan organik cukup tinggi sekitar 94% responden sudah pernah mengonsumsi pangan organik, naik 1% dibanding tahun 2015. Berbagai alasan melatarbelakangi pilihan konsumen untuk mengonsumsi organik. Alasan terbesar adalah memilih dengan alasan kesehatan kemudian diikuti dengan alasan menjaga lingkungan dan mengikuti tren. Denpasar merupakan salah satu daerah pengguna sayuran utama di Bali, baik dari pertanian konvensional maupun pertanian organik

Sayuran merupakan salah satu tanaman hortikultura. Dalam ilmu budidaya hortikultura untuk sayuran disebut dengan Olericulture (Zulkarnain, 2010). Mulai meningkatnya kesadaran terhadap pola hidup sehat membuat permintaan terhadap sayuran meningkat dan menambah usaha para produsen hortikultura untuk terus menambah jumlah produksi serta menambah nilai ekonomi dari produk sayuran. Konsumsi produk hortikultura di Indonesia masih dikatakan rendah namun terdapat potensi besar untuk pengembangan pasar untuk produk sayuran.

Konsumsi hortikultura untuk tahun 2010 sampai 2013 memiliki tingkat konsumsi yang fluktuatif walaupun terlihat cenderung mengalami penurunan. Untuk konsumsi sayuran tingkat konsumsi bersifat fluktuatif namun cenderung bertambah. Konsumsi hortikultura di Indonesia masih jauh lebih rendah dari rekomendasi FAO/UNDP yaitu sebesar 75 kg/kapita/tahun. Lebih rendah dibandingkan negara tetangga Indonesia seperti Singapura dan Malaysia. Menurut Yul Bahar (2011), dalam Ajeng Ritzki (2011) Singapura sudah memiliki tingkat konsumsi hortikultura sebesar 125 Kg perkapita per tahun dan Malaysia sudah 90 kg pertahun.

CV.Artha Krina adalah salah satu perusahaan yang bergerak pada produksi tanaman hortikultura organik. Produk yang dihasilkan oleh perusahaan adalah produk sayuran. CV.Artha Krina Industri memproduksi 15 jenis sayuran organik. Salah satu produk andalan dari perusahaan adalah tanaman selada keriting (*Lactuca sativa* var. *crispa* L) organik. Tanaman selada keriting adalah tanaman yang memiliki permintaan tinggi di pasar sayuran organik dan tanaman tersebut memiliki kontribusi besar pada pendapatan CV.Artha Krina karena selada keriting adalah produk yang memiliki jumlah penjualan yang tinggi.

CV.Artha Krina Industri sadar bahwa perusahaan perlu memperkuat daya saing terhadap produsen sayuran organik lainnya khususnya terhadap persaingan pada produk selada keriting organik. Permintaan terhadap selada keriting organik yang tinggi serta sulitnya pemenuhan pasokan terhadap produk selada keriting mendorong perusahaan untuk memperkuat kegiatan rantai pasok perusahaan terhadap produk selada keriting. Pesaing dari perusahaan pada produk tanaman selada keriting organik di regional Kota Denpasar adalah Jaya Prakasa Farm, Panen id Fresh, Bali Fresh, Catur Farm dan lain sebagainya..

Pada kegiatan rantai pasok selada keriting organik dan produk lainnya di CV.Artha Krina masih ditemukan kendala pada pemenuhan kebutuhan sayur, kegiatan produksi serta distribusi selada keriting organik. Kurangnya kebutuhan sayur untuk produksi, rusaknya produk pada kegiatan produksi dan distribusi adalah masalah – masalah yang harus dihadapi perusahaan. Perusahaan memiliki standar kriteria performa penjualan yang ditentukan berdasarkan jumlah barang yang dikirim sesuai dengan Purchase Order (PO). Performa penjualan dikatakan baik bila pemenuhan PO sebesar 80% atau lebih, kurang baik pada 80% s.d. 50% dan buruk pada angka dibawah 50%.

Menurut data dari Badan Pusat Statistik Terdapat peningkatan pada jumlah konsumsi sayuran Pada tahun 2018-2020 yaitu dari 0,020 – 0,029. Jumlah konsumsi sayuran lebih unggul dibandingkan jumlah konsumsi buah pada jumlah total konsumsi hortikultura sehingga terdapat potensi besar untuk pengembangan pasar sayuran di Indonesia. Meningkatnya jumlah konsumsi terhadap produk sayuran ternyata disadari oleh petani. Upaya meningkatkan jumlah produksi sayuran dilakukan oleh petani untuk memenuhi permintaan terhadap sayuran yang tinggi. Dukungan pemerintah dalam pengembangan sektor produksi sayuran juga membantu petani sayuran untuk meningkatkan jumlah produksi.

Mulai meningkatnya kesadaran teradap pola hidup sehat serta kepedulian terhadap kelestarian lingkungan mendorong produsen tanaman hortikultura untuk melakukan pertanian organik. Pertanian organik adalah kegiatan pertanian yang menggunakan faktor – faktor produksi seperti pupuk, pestisida, herbisida, fungisida,

dan insektisida yang bersifat organik dan ramah lingkungan. Prinsip dasar pertanian organik adalah penggunaan bahan – bahan organik pada setiap tahapan budidaya, dan menjaga keselarasan di antara komponen ekosistem secara berkesinambungan dan lestari (Zulkarnain, 2010).

Meningkatnya upaya untuk menambah jumlah produksi sayuran dengan pertanian organik menstimulasi munculnya produsen – produsen baru dalam usahatani sayuran organik. Dengan adanya dukungan pemerintah untuk pertanian dengan sistem organik menambah potensi untuk pengembangan sistem pertanian organik di Indonesia. Sesuai dengan Peraturan Menteri Pertanian (Permentan) Nomor 64 Tahun 2013 dengan adanya integritas atas pertanian organik maka dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat dan sekaligus mendapatkan jaminan atas produk tersebut tanpa mengakibatkan kerugian konsumen. Bertambahnya jumlah produsen sayuran organik membuat semakin kuatnya persaingan pada pasar sayuran organik. Menurut INOFICE (*Indonesian Organic Farming Certification*) (www.inofice.com, 2016) terdapat 227 perusahaan pertanian organik di Indonesia dengan seratus sembilan perusahaan bersertifikat aktif. Untuk mempertahankan pasar maka produsen harus meningkatkan daya saing perusahaan. Tanaman selada keriting organik adalah salah satu produk di pasar organik yang permintaannya meningkat diakibatkan meningkatnya kesadaran akan gaya hidup sehat dan kelestarian lingkungan.

Kegiatan manajemen rantai pasok dilakukan untuk menambah nilai dari suatu produk yang ditawarkan dan secara langsung dapat menambah daya saing bagi perusahaan tersebut. Rantai pasok yang baik dapat menambah hasil penjualan produk perusahaan serta menambah kepuasan konsumen melalui pencapaian produk yang berkualitas tinggi dengan biaya yang rendah dengan pelayanan yang cepat dan responsif. Kegiatan manajemen rantai pasok yang baik dapat meningkatkan keunggulan kompetitif terhadap produk dan rantai pasok yang dibangun oleh perusahaan. Untuk mengetahui bagaimana kinerja rantai pasok suatu perusahaan dapat dilakukan pengukuran menggunakan model *Supply Chain Operations Reference (SCOR)*.

Dengan mengukur kinerja rantai pasok selada keriting organaik di CV.Artha

Krina maka dapat diketahui apakah kegiatan rantai pasok yang dilakukan sudah optimal atau tidak, serta dapat mengetahui kegiatan rantai pasok yang harus diperbaiki.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana gambaran rantai pasok yang dilakukan dalam kegiatan produksi selada keriting organik di CV.Artha Krina di Denpasar, Bali?
2. Bagaimana hasil pengukuran kinerja terhadap manajemen rantai pasok selada keriting organik dengan model *Supply Chain Operations Reference (SCOR)* CV.Artha Krina di Denpasar, Bali?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui gambar rantai pasok yang dilakukan dalam kegiatan produksi selada keriting organik di CV.Artha Krina di Denpasar, Bali
2. Mengetahui kinerja rantai pasok yang dilakukan dalam kegiatan produksi selada keriting organik di CV.Artha Krina di Denpasar, Bali

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan wawasan dan ilmu pengetahuan yang berkaitan dengan

1. Secara Teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna dalam menambah bahan bacaan bagi mahasiswa Universitas Mahasaraswati Denpasar khususnya bagi mahasiswa Fakultas Pertanian dan Bisnis.
2. Bermanfaat bagi mahasiswa dan peneliti dalam melakukan penelitian lebih lanjut yang berkaitan dengan penelitian ini.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Tanaman Selada

Tanaman selada (*Lactuca sativa* L.) termasuk kedalam famili *Compositae* (*Asteraceae*) yaitu tanaman *Angiospermae* atau tanaman yang berbunga. Tanaman ini memiliki syarat tumbuh cuaca yang lembab dan dingin, menghendaki tanah yang subur dan berhumus, serta dapat tumbuh baik di dataran tinggi. Tanaman ini mempunyai empat varietas, yaitu:

1. Selada kepala (*Lactuca sativa* var. *capitata* L.)

Selada ini disebut juga dengan selada kol. Selada ini mempunyai daun yang kompak seperti kepala atau kol, hanya bentuknya lebih kecil dan tidak terlalu bulat. Umumnya selada ini hanya membentuk kepala bila ditanam di dataran tinggi.

2. Selada silindris (*Lactuca sativa* var. *longifolia* Lam.)

Selada ini disebut juga selada kerucut, selada romain, dan selada cos. Selada ini membentuk krop yang bentuknya silinder atau kerucut. Daunnya memanjang dan memiliki ujung yang lengkung serta tekstur yang sedikit kasar.

3. Selada daun atau selada keriting (*Lactuca sativa* var. *crispa* L.)

Tanaman selada ini membentuk roset yang longgar dan tidak membentuk krop. Daunnya menyerupai tekstur selada kepala dengan tepi berumbai dan bergelombang.

4. Selada batang (*Lactuca sativa* var. *asparagna* Bailey, sin. *L. sativa* var. *angustina* Irish)

5. Selada ini mempunyai batang yang berdaging tebal sehingga dapat dikonsumsi. Adapun daunnya tidak dikonsumsi karena kasar dan memiliki rasa yang tidak enak. Selada ini juga tidak membentuk krop seperti selada kepala.

Perbedaan varietas dari selada membuat perbedaan pada bentuk, bagian tanaman yang dimanfaatkan, serta pada rasa dan tekstur tanaman. Tanaman selada dapat dipanen dalam waktu yang berbeda – beda tergantung varietas serta cara penanamannya.

Tanaman dapat dipanen antara 30 – 80 hari sejak benih disebar.

2.2 Pengertian Pertanian Organik

Pertanian organik adalah sistem pertanian yang tidak mempergunakan bahan kimia, tetapi menggunakan bahan organik. Penggunaan dalam kegiatan pertanian aplikasi bahan kimia dapat berupa pupuk, pestisida, hormon pertumbuhan dan faktor produksi lainnya. Karakteristik produksi organik menurut *Federation of Organic Agriculture Movements (IFOAM)* (www.ifoam.bio, 2013) meliputi (1) Meningkatkan siklus biologi, (2) Menjaga sumber daya lingkungan dengan penggunaan secara efisien dan *re-using*, (3) Tidak bergantung pada sumber daya eksternal secara terus menerus, (4) Meminimalkan polusi, (5) Mempertahankan keragaman genetik daerah.

Pertanian organik pertama kali dicanangkan pada tahun 1970-an dengan dibuatnya Revolusi Hijau (*Green Revolutiuon*) dan mulai dikembangkan pertama kali di Indonesia pada tahun 1984 oleh Yayasan Bina Sarana Bakti di Cisarua, Bogor. Munculnya pertanian organik mendorong pergeseran praktik budidaya tanaman dari praktik budidaya tradisional menjadi praktik budidaya yang berorientasi kkepada masa depan lingkungan. Pertanian tradisional yang berbasis produksi bergeser menjadi pertanian yang lebih berbasis pada kelestarian lingkungan hidup. Menurut Pracaya, 2002 ciri – ciri kegiatan pertanian organik adalah:

1. Memupuk dengan bahan organik seperti kompos, pupuk kandang dan guano.
2. Memupuk dengan pupuk hijau seperti orok – orok, batang akar, daun kacang – kacang, turi serta gamal.
3. Memupuk dengan limbah yang berasal dari kandang ternak atau rumah potong hewan (RPH).
4. Mempertahankan dan melestarikan habitat tanaman dengan pola tanam polikultur dan rotasi tanaman.

2.3 Pengertian Manajemen Rantai Pasok (*Supply Chain Management*)

Supply chain atau rantai pasok dapat diartikan sebagai sekumpulan entitas (organisasi, aktivitas, manusia, teknologi, informasi, dan sumber daya) yang melakukan sebuah kegiatan dan terlibat dalam proses transformasi dan distribusi

barang mulai dari bahan baku paling awal hingga ke akhir atau ke konsumen. Rantai pasok adalah jaringan perusahaan-perusahaan yang secara bersama-sama bekerja untuk menciptakan dan menghantarkan suatu produk ke tangan pemakai akhir. Perusahaan-perusahaan tersebut termasuk *supplier*, pabrik, distributor, toko atau *retailer*, serta perusahaan-perusahaan pendukung seperti perusahaan jasa logistik. (Pujawan, 2005).

Manajemen Rantai Pasokan atau *Supply Chain Management* merupakan pengelolaan rantai siklus yang lengkap mulai bahan mentah dari para *supplier*, ke kegiatan operasional di perusahaan, berlanjut ke distribusi sampai kepada konsumen. Istilah *supply chain management* pertama kali dikemukakan oleh Oliver dan Weber pada tahun 1982. Menurut Oliver dan Weber, 1982 *supply chain* adalah jaringan fisiknya, yakni perusahaan-perusahaan yang terlibat dalam memasok bahan baku, memproduksi barang, maupun mengirimkannya ke pemakai akhir, *supply chain management* adalah metode, alat, atau pendekatan pengelolaannya. SCM dilakukan pada suatu kegiatan rantai pasok suatu perusahaan untuk menghasilkan produk yang tepat jumlah, tepat waktu, dan tepat kualitas.

2.4 Pengertian Metode Supply Chain Operations Reference (SCOR)

Manajemen rantai pasok yang dilakukan oleh sebuah perusahaan dapat diukur kinerjanya. Salah satu metode pengukuran kinerja SCM adalah *Supply Chain Operations Reference (SCOR)*. *SCOR* adalah model pengukuran kinerja rantai pasok yang dirancang oleh *Supply – Chain Council (SCS)* yang dibentuk pertama kali pada tahun 1996. *Supply – Chain Council* terbentuk dengan partisipasi enam puluh sembilan perusahaan multinasional yang memiliki tujuan untuk mendorong penggunaan model *SCOR* untuk pengembangan, penelitian, pendidikan dan acara besar perusahaan. Dalam metode pengukuran kinerja rantai pasok, *SCOR* membagi proses-proses *supply chain* menjadi lima proses inti, yaitu *plan*, *source*, *make*, *deliver* dan *return*. Berikut adalah contoh kegiatan - kegiatan yang termasuk kepada lima proses inti tersebut, yaitu:

- *Plan*: Merencanakan sumber pasokan produk, memposisikan prioritas kebutuhan permintaan, merencanakan kebutuhan bahan untuk produk dan

merencanakan kebutuhan kapasitas penyimpanan untuk produk dan saluran distribusi.

- *Source*: Menerima, memeriksa, mempertahankan jumlah dan kualitas serta memecahkan masalah dalam pasokan bahan untuk produk dan barang jadi yang dibeli.
- *Make*: Menerima bahan untuk produk, membuat, menguji, *packaging* serta kegiatan menahan dan menyalurkan produk.
- *Deliver*: Mengeksekusi proses manajemen pemesanan, menghasilkan resi, mengkonfigurasi produk, menciptakan dan mempertahankan basis data pelanggan, memelihara basis data produk/harga, mengelola resi utang piutang, koleksi produk, dan faktur, mengeksekusi proses pergudangan termasuk pengambilan, pengemasan, dan konfigurasi produk. Selanjutnya dilakukan kegiatan pengiriman yaitu *shipping* mengelola proses dan bentuk transportasi dan impor/ekspor; dan memverifikasi kinerja.
- *Return*: Penggantian produk cacat, garansi, dan pengolahan kembali kelebihan produk, penjadwalan, inspeksi, administrasi garansi, menerima dan memverifikasi produk yang cacat, disposisi, dan penggantian produk.

Pengukuran kinerja dalam rantai pasokan memerlukan kriteria-kriteria tertentu. Metode SCOR memiliki kriteria yang digunakan untuk mengukur kinerja yang disebut atribut. Terdapat 5 atribut kinerja yaitu :

- Reliability (Kehandalan rantai pasok)
- Responsiveness (Responsivitas rantai pasok)
- Flexibility (fleksibilitas rantai pasok)
- Cost (Biaya- biaya)
- Assets (Manajemen asset).

Berikut ini merupakan indikator-indikator dalam pengukuran kinerja rantai pasokan, yaitu :

Table 1 Indikator Atribut Kinerja

Atribut Kinerja	Penjelasan
Reliability	Kemampuan untuk melakukan tugas-tugas seperti yang diharapkan. Reliability berfokus pada prediksi hasil dari sebuah proses.
Responsiveness	Kecepatan untuk melakukan tugas. Kecepatan bagi rantai pasokan untuk menyediakan produk kepada pelanggan.
Agility (fleksibilitas)	Kemampuan untuk merespon pengaruh eksternal. Merespon perubahan pasar untuk mendapatkan atau mempertahankan keunggulan kompetitif.
Assets	Kemampuan untuk mendayagunakan asset. Strategi pengolahan asset dalam supply chain .
cash	Biaya operasi proses rantai pasokan.

Reliability, responsiveness, dan flexibility adalah atribut kinerja yang sangat ditekankan oleh konsumen, karena ketiga faktor ini memiliki dampak langsung terhadap pengalaman pelanggan dan keputusan pembelian mereka. Reliability (keandalan) mengacu pada kemampuan perusahaan untuk memberikan produk atau layanan yang konsisten dan bebas dari gangguan. Konsumen mengharapkan produk yang mereka beli dapat memenuhi janji kualitas dan performa, dan mereka lebih cenderung memilih perusahaan yang dapat diandalkan dalam memenuhi harapan tersebut. Responsiveness (ketanggapan) berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk merespon kebutuhan dan keluhan pelanggan secara cepat dan efektif. Konsumen lebih menghargai perusahaan yang dapat memberikan solusi segera ketika menghadapi masalah atau perubahan kebutuhan. Sementara itu, flexibility (fleksibilitas) menyoroti kemampuan perusahaan

untuk beradaptasi dengan dinamika pasar dan kebutuhan khusus pelanggan. Sebuah perusahaan yang fleksibel dapat menawarkan berbagai pilihan produk, mengakomodasi permintaan khusus, atau menyesuaikan layanan untuk memenuhi tuntutan pasar yang terus berkembang.

Di sisi lain, cost dan assets merupakan atribut yang lebih menekankan pada aspek internal perusahaan, yang berkaitan langsung dengan efisiensi operasional dan pengelolaan sumber daya yang dimiliki. Cost (biaya) mencerminkan seberapa baik perusahaan mengelola pengeluaran mereka, baik untuk produksi, distribusi, maupun biaya operasional lainnya. Pengelolaan biaya yang efisien sangat penting untuk mempertahankan profitabilitas, apalagi dalam pasar yang sangat kompetitif. Pengurangan biaya yang tidak perlu dapat memberikan ruang bagi perusahaan untuk menawarkan harga yang lebih bersaing atau untuk meningkatkan margin keuntungan. Sementara itu, assets (aset) merujuk pada sumber daya yang dimiliki perusahaan, termasuk infrastruktur, teknologi, dan sumber daya manusia. Pengelolaan aset yang baik memungkinkan perusahaan untuk memaksimalkan potensi dan kapasitas operasional mereka, serta mendukung pertumbuhan dan inovasi dalam jangka panjang.

Untuk dapat mengukur dan memantau kinerja dalam memenuhi atribut-atribut tersebut, setiap aspek kinerja dilengkapi dengan satu atau lebih indikator yang digunakan dalam matriks level-1. Matriks level-1 ini bertindak sebagai alat ukur yang menyajikan perhitungan dan evaluasi yang sistematis untuk menilai seberapa jauh perusahaan berhasil mencapai tujuan yang diinginkan dalam pasar yang semakin kompetitif. Melalui matriks ini, perusahaan dapat menganalisis kinerjanya berdasarkan indikator-indikator yang relevan, seperti waktu respon, tingkat kepuasan pelanggan, atau efisiensi biaya. Matriks ini juga memungkinkan perusahaan untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan dalam strategi yang diterapkan, dan mengambil langkah-langkah korektif jika diperlukan.

Selain itu, matriks level-1 memberikan gambaran jelas mengenai posisi perusahaan dalam ekosistem bisnis yang lebih besar. Dengan mengetahui posisi relatif dalam ruang pasar, perusahaan dapat merancang strategi yang lebih fokus dan efektif, serta mengevaluasi apakah strategi yang ada sudah mendukung tujuan jangka panjang. Dalam

dunia yang semakin terhubung dan dinamis, kemampuan untuk menyesuaikan diri dengan cepat terhadap perubahan pasar dan kebutuhan konsumen menjadi sangat krusial. Oleh karena itu, matriks kinerja ini bukan hanya menjadi alat ukur, tetapi juga menjadi dasar untuk inovasi dan pengambilan keputusan strategis yang akan menentukan keberhasilan perusahaan dalam menghadapi tantangan pasar yang kompetitif. Di bawah ini merupakan tabel indikator-indikator dalam pengukuran kinerja rantai pasokan :

Table 2 Indikator Atribut Kinerja

Atribut Kinerja	Indikator
Reliability	<ul style="list-style-type: none"> • Pemenuhan pesanan secara sempurna • Kinerja Pengiriman.
Responsiveness	<ul style="list-style-type: none"> • Siklus pemenuhan pesanan
Agility (fleksibilitas)	<ul style="list-style-type: none"> • Fleksibilitas rantai pasokan • Persediaan harian
Assets	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Siklus cash to cash
cash	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Biaya total penyampaian produk

Sumber : Rasyid (2015)

Penjelasan dari indikator tersebut ialah sebagai berikut :

1. Pemenuhan pesanan secara sempurna adalah indicator yang menunjukkan persentase kinerja pengiriman dalam pemenuhan pesanan dengan dokumentasi yang lengkap dan akurat.
2. Kinerja pengiriman merupakan persentase jumlah pengiriman produk yang sampai dilokasi tujuan dengan tepat waktu sesuai keinginan konsumen.
3. Waktu tunggu pemenuhan pesanan yaitu menerangkan waktu yang dibutuhkan oleh pemasok untuk memenuhi kebutuhan konsumen, dihitung dalam satuan jam.
4. Fleksibilitas rantai pasokan ialah waktu yang dibutuhkan untuk merespon rantai pasok apabila ada pesanan yang tak terduga baik peningkatan atau penurunan pesanan tanpa terkena biaya penalti, yang dinyatakan dalam

satuan hari.

5. Siklus pemenuhan pesanan, waktu yang dibutuhkan pemasok pada satu siklus order, dinyatakan dalam satuan jam.
6. Persediaan harian adalah lamanya persediaan yang cukup untuk memenuhi kebutuhan jika tidak ada pasokan lebih lanjut, dinyatakan dalam satuan hari.
7. Biaya total penyampaian produk ialah jumlah total dari biaya rantai pasokan untuk mengirimkan produk ketangan konsumen.
8. Siklus cash to cash merupakan perputaran uang dari pembayaran produk ke pemasok, sampai pembayaran atau pelunasan produk ke konsumen, dihitung dalam satuan hari`
9. Siklus pengembalian asset tetap rantai pasokan mengukur kembalinya penerimaan sebuah perusahaan terhadap modal yang diinvestasikan pada asset tetap rantai pasokan.

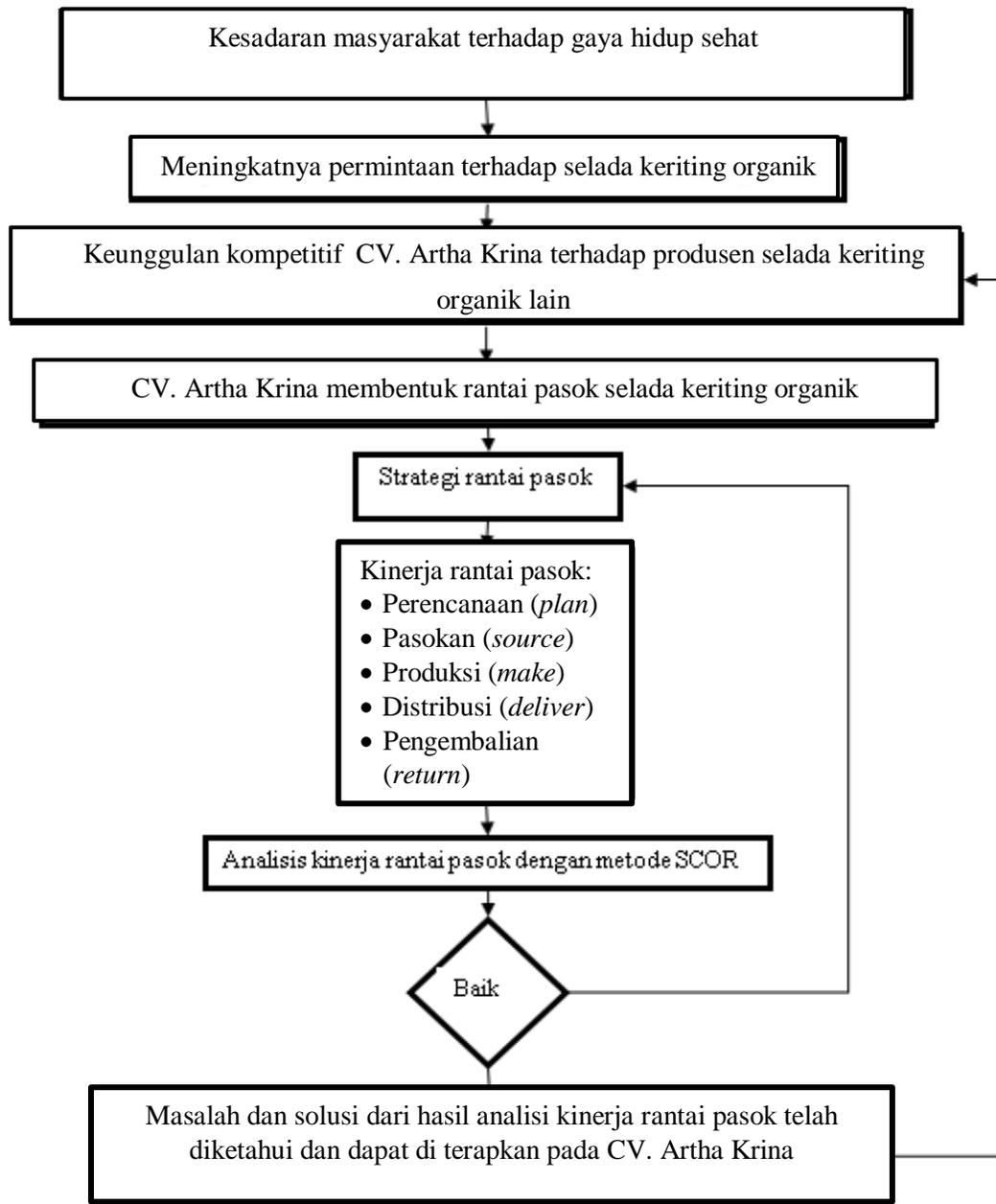
2.5 Kerangka Pemikiran

Produk organik memiliki kandungan bahan kimia sintetis lebih sedikit dibandingkan produk non-organik yang dapat mencegah timbulnya penyakit pada manusia serta mengurangi pencemaran pada lingkungan. Dengan meningkatnya permintaan terhadap produk organik di pasar secara langsung memicu kegiatan produsen- produsen sayuran organik untuk meningkatkan produksinya. Selain itu dipicu juga oleh terbentuknya produsen-produsen organik baru di pasar akibat tingginya permintaan tersebut.

CV. Artha Krina adalah perusahaan yang memproduksi tanaman sayuran organik. Salah satu produk yang memberikan kontribusi paling besar adalah produk selada keriting organik. Produk ini memiliki jumlah permintaan yang tinggi sehingga perusahaan terus berupaya untuk memenuhi permintaan pasar. Pada pasar produk selada keriting mulai muncul nya pesaing – pesaing baru sehingga CV. Artha Krina terus berusaha untuk meningkatkan daya saing perusahaan. Masalah dalam pemenuhan produk selada keriting sering dihadapi oleh perusahaan khususnya pada saat musim hujan.

Pada saat musim hujan sering terjadi kendala pada penjualan produk. Kurangnya pasokan bibit dan produk tambahan dari mitra, rusaknya produk pada kegiatan panen dan sortasi serta distribusi adalah masalah – masalah yang harus dihadapi perusahaan karena pada musim hujan permintaan akan produk meningkat dan berpotensi untuk meningkatkan penjualan produk bila perusahaan mampu memenuhi permintaan tersebut. CV. Artha Krina sudah melakukan manajemen rantai pasok dan *Good Agricultural Practice (GAP)* pada kegiatan perusahaan namun permintaan produk belum bisa terpenuhi dengan baik. Strategi rantai pasok dilakukan untuk meningkatkan kinerja rantai pasok perusahaan dalam pemenuhan produk selada keriting organik. Berdasarkan analisis dengan metode *SCOR*, rantai pasok terdiri dari lima proses inti didalamnya yaitu *plan, source, make, deliver, return* dan tidak lain di CV. Artha Krina menjalankan rantai pasok perusahaannya dengan lima proses inti tersebut didalamnya.

Dalam penelitian ini pertama – tama akan dilakukan pemetaan kegiatan rantai pasok produk selada keriting organik. Lalu, akan dilakukan pengukuran kinerja dan pemetaan mendalam terhadap rantai pasok yang dilakukan perusahaan untuk produk selada keriting organik menggunakan metode *SCOR* untuk mengetahui masalah – masalah apa yang dihadapi. Setelah itu dalam penelitian akan dijabarkan alternatif yang dapat memecahkan masalah yang dihadapi dan memperkuat kegiatan rantai pasok agar perusahaan dapat mencapai tujuan perusahaan yaitu meningkatkan daya saing CV. Artha Krina. Alternatif-alternatif yang dihasilkan dari analisis *SCOR* dapat digunakan untuk perbaikan strategi rantai pasok. Tercapainya keunggulan kompetitif oleh CV. Artha Krina bila alternatif-alternatif yang dihasilkan dapat diterapkan dan masalah-masalah dalam rantai pasok sudah terpecahkan sehingga tercipta kinerja rantai pasok perusahaan yang optimal.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

2.6 Peneliti Terdahulu

Nama Peneliti dan Tahun Penelitian	Judul	Identifikasi Masalah	Alat Analisis	Persamaan dan Perbedaan
Anas Mutakin dan Musa Hubeis (2011)	Pengukuran Kinerja Manajemen Rantai Pasokan dengan <i>SCOR</i> Model 9.0 (Studi Kasus di PT. Indocement Tunggal Prakasa Tbk.)	Bagaimana struktur rantai pasokan semen PT. ITP Tbk. Bagaimana Pengukuran kinerja terhadap Manajemen rantai pasok di PT. ITP Tbk. Alternatif – alternatif solusi apa yang ditemui dari masalah – masalah rantai pasok setelah Diketahui Pengukuran Kinerja Manajemen rantai pasok di PT. ITP Tbk.	Analisis manajemen rantai pasok dengan <i>Supply Chain Operations Reference (SCOR)</i> versi 9.0.	Persamaan penelitian ini dengan penelitian peneliti yaitu analisis rantai pasok menggunakan metode <i>SCOR</i> , Perbedaannya terletak versi metode <i>SCOR</i> serta pada tempat dan sifat objek yang diteliti.
Silmi	Kelembagaan	Mengidentifikasi	Analisis	Persamaan

Tsurayya dan Lindawati Kartika (2015)	dan Strategi Peningkatan Daya Saing Komoditas Cabai Kabupaten Garut	rantai pasok komoditas cabai di Kabupaten Garut. Menganalisis Kelembagaan petani komoditas cabai di Kabupaten Garut. Merumuskan strategi untuk meningkatkan daya saing komoditas cabai di Kabupaten Garut	deskriptif kualitatif, analisis SWOT, the house model, indikator kinerja utama dan pairwise comparison.	penelitian ini dengan penelitian peneliti yaitu analisis untuk peningkatan daya saing suatu perusahaan, perbedaannya pada ruang lingkup penelitian ini meneliti pada rantai pasok dan kelembagaan perusahaan.
---------------------------------------	---	---	---	---

Fatih Rizqiah dan Alim Setiawan S. (2014)	Analisis Nilai Tambah dan Penentuan Metrik Pengukuran Kinerja Rantai Pasok Pepaya Calina (Studi Kasus di PT. Sewu Segar Nusantara)	Menganalisis kondisi rantai pasok pepaya Calina di PT. Sewu Segar Nusantara Menganalisis nilai tambah yang dihasilkan setiap anggota pada rantai pasok papaya Calina di PT.	Metode kualitatif dengan analisis deskriptif rantai pasok, analisis nilai tambah dan analisis ANP.	Persamaan penelitian ini dengan penelitian peneliti yaitu pada pengukuran kinerja rantai pasok, perbedaannya terdapat pada tujuan dimana penelitian ini bertujuan untuk mendesain metrik
---	--	---	--	--

Sewu Segar
Nusantara
Menentukan
desain metric

pengukuran
kinerja rantai
pasok.

Mentari	Analisis Rantai	Menganalisis rantai	Analisis nilai	Persamaan penelitian
Argarini, (2015).	Nilai Komoditas Air Tawar Unggulan Di Kota Tangerang	nilai komoditas air tawar unggulan di kota tangerang. Menga nalisis Nilai tambah pada komoditas air tawar unggulan di kota tangerang. Merumuskan strategi untuk Meningkatkan daya saing komoditas air tawar di kota tangerang	tambah metode Hayami, Analisis MPE, rantai pasok, rantai nilai	ini dengan peneliti yaitu analisi untuk peningkatan daya saing suatu komoditas perbedaan nya pada ruang lingkup penelitian ini meneliti pada rantai nilai
Nurhuda et al. (2017)	analisis manajemen rantai pasok kentang (Solanum tuberosum L.) di Desa Ngadas, Kecamatan Poncokusumo, Kabupaten Malang	menganalisis efisiensi pemasaran kentang pada masing-masing saluran pemasaran kentang di Desa Ngadas, Kecamatan Poncokusumo,	analisis deskriptif manajemen rantai pasok, analisis efisiensi pemasaran, efisiensi harga dan efisiensi	Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelum nya yaitu menganalisis efisiensi pemasaran dengan Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah penelitian ini

operasional menggunakan pendekatan yang lebih kompleks untuk mengetahui pola rantai pasok, dan tingkat efisiensi pada rantai pasok kentang granola di Kecamatan Sirampog.

Table 3 Penelitian Terdahulu