

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Martinus (2022) mengemukakan bahwa bisnis retail merupakan suatu bisnis yang memperdagangkan barang dalam satuan kecil atau eceran dengan berbagai macam bentuk yaitu pasar, butik, kios, *department store*, *delivery service*, dan lain sebagainya dimana pada umumnya produk yang dijual akan dipakai langsung oleh konsumen. Martinus juga membagi bisnis retail menjadi retail tradisional dan retail modern. Retail modern adalah perkembangan dari retail tradisional.

Retail modern pertama kali muncul di Indonesia pada tahun 1962 ditandai dengan dibangunnya Toserba Sarinah oleh presiden Soekarno di Jakarta. Lalu pada tahun 1970 hingga 1980-an retail modern mulai berkembang, dan di awal tahun 1990-an retail-retail asing mulai masuk di Indonesia diawali dengan berdirinya Sogo, retail terbesar di Jepang. Setelah pemerintah mengeluarkan Kepres no. 99 tahun 1998 yang isinya adalah pengeluaran bisnis retail dari *negative list* bagi Penanaman Modal Asing, bisnis retail modern di Indonesia mulai berkembang dengan pesat dengan banyaknya retail asing yang masuk ke Indonesia. Kehadiran retail asing di Indonesia sangat dibatasi sebelum dikeluarkannya Kepres ini.

Era perkembangan ekonomi sekarang ini membuat persaingan bisnis harus bisa untuk memperoleh konsumen yang sebanyak mungkin, terlebih lagi bisnis retail (Asikin & Fadilah, 2024). Konsumen menginginkan barang yang memiliki manfaat dengan harga yang dapat diterimanya (Subekti, 2020). Untuk itu maka setiap perusahaan akan berusaha untuk memanfaatkan aset dan kemampuannya seoptimal mungkin serta menyusun strategi agar mereka bisa menyediakan produk dengan harga yang bersaing yang dapat memberikan *value* kepada konsumen serta pelayanan yang baik kepada konsumen. Namun kualitas produk

-produk tersebut tidak boleh menjadi kompromi, karena itulah perusahaan harus bisa mendapatkan cara agar dapat memangkas biaya tanpa menurunkan mutu produk yang ditawarkan.

Salah satu caranya adalah dengan menerapkan rantai pasokan yang baik. *Supply chain* atau rantai pasokan, adalah sebuah jaringan yang terdiri dari berbagai perusahaan yang bekerja bersama-sama untuk memproduksi dan mendistribusikan produk kepada pengguna atau konsumen terakhir (Permatasari & Sari, 2021). Jaringan perusahaan yang dimaksud terdiri dari vendor, pabrik, distributor perusahaan logistik, retail, dan toko.

Rantai pasokan tidak akan terlepas dari yang namanya manajemen rantai pasok atau *supply chain management* (SCM). Istilah SCM dikemukakan pertama kali oleh Oliver dan Weber di tahun 1982 (Permatasari & Sari, 2021). SCM adalah konsep yang berkaitan dengan pola distribusi barang secara optimal, yang meliputi logistik, produksi, dan distribusi (Subekti, 2020). SCM tidak hanya menyangkut internal perusahaan saja melainkan juga meliputi perusahaan-perusahaan eksternal yang menjadi rekan kerja. Bila dijelaskan secara singkat, *supply chain* atau rantai pasok adalah jaringan yang ada pada rantai sebuah produk mulai dari proses produksi hingga distribusi, sementara SCM adalah alat atau metode pengelolaan *supply chain* atau rantai pasokan tersebut.

Salah satu perusahaan yang bergerak di bidang retail adalah PT Primafood International. PT Primafood International adalah anak perusahaan dari PT Charoen Pokphand Indonesia yang berfokus pada distribusi dan ritel produk makanan olahan beku (*frozen food*) melalui toko Prima Freshmart. Toko Prima Freshmart merupakan toko yang menjual berbagai *frozen food* seperti sosis dan *nugget*, produk berbasis ayam seperti daging ayam segar, daging ayam *parting*, daging ayam beku, telur omega, produk kering (*groceries*) seperti beras, mie instan, bumbu dapur, dan lain sebagainya.

Setelah dilakukan pengamatan ditemukan bahwa PT Primafood International Jateng-DIY mengalami permasalahan yaitu lamanya waktu untuk distribusi produk *groceries* ke seluruh toko Prima Food yang ada di Jawa Tengah dan Yogyakarta. Lamanya waktu pengiriman ini dapat berpengaruh pada

ketersediaan produk di etalase toko dan pada akhirnya akan mempengaruhi penjualan. Perusahaan juga tidak memiliki suatu penilaian indikator-indikator pada kinerja rantai pasoknya sehingga perlunya suatu tolak ukur atau *benchmark* untuk dapat mengevaluasi kinerja rantai pasoknya. Fauziah dan Muftiadi (2024) mengatakan pengukuran kinerja rantai pasok terhadap produk yang berkontribusi besar terhadap perusahaan penting dilakukan agar pelaksanaannya dapat berjalan secara efektif dan efisien sehingga perusahaan dapat memenuhi permintaan konsumen dengan memuaskan serta untuk memastikan kegiatan operasional perusahaan berjalan dengan skala yang menguntungkan.

Produk *groceries* yang menjadi kontributor terbesar di PT Primafood International Jateng-DIY adalah beras. Beras merupakan salah satu dari lima komoditas yang paling banyak diproduksi di Indonesia yang jika diurutkan adalah kelapa sawit, beras, tebu, jagung, dan singkong (FAO, 2021). Beras yang diproduksi di Indonesia telah mencapai 31.36 juta ton serta konsumsi beras oleh rumah tangga sebesar 22.09 juta ton (BPS, 2022). BPS (dalam Fauziah dan Muftiadi, 2024) menilai kinerja distributor beras kurang efektif dan efisien yang ditandai dengan harga yang meningkat hingga 3 kali lipat setelah sampai di tangan konsumen. BPS mengukur efektivitas dan efisiensi kinerja distributor beras melalui murahness biaya distribusi, adilnya pembagian margin setiap pelaku usaha, serta harga terjangkau di taraf konsumen.

Untuk dapat mengukur kinerja rantai pasok dalam perusahaan dapat menggunakan model pengukuran SCOR atau *Supply Chain Operation Reference* (Mutaqin & Sutandi, 2021). Model pengukuran SCOR adalah model pengukuran yang diperkenalkan oleh SCC (Supply Chain Council) yang digunakan sebagai model acuan untuk mengukur rantai pasokan di berbagai bidang industri. Model pengukuran ini membagi proses rantai pasok menjadi beberapa proses yaitu proses *plan*, proses *source*, proses *make*, proses *deliver*, dan proses *return* (Permatasari & Sari, 2021).

Model SCOR memiliki 3 tahapan analisis, yaitu tahap 1 menjelaskan perspektif. Tahap 2 yakni dari perspektif tersebut diuraikan dimensi mana yang akan diamati sesuai kegiatan rantai pasok. Lalu Tahap 3 yang mana tiap dimensi

rantai pasok ditentukan elemen-elemen proses. Fungsi dari pengukuran kinerja yaitu mencapai tujuan peningkatan supply chain dengan menjaga perusahaan pada jalurnya, mengawasi kinerja rantai pasoknya secara langsung maupun tidak langsung, dan meningkatkan performa rantai pasok (Ricky, 2021).

Keterangan di atas menjadi alasan peneliti tertarik untuk mengetahui bagaimana kinerja rantai pasokan pada produk di suatu perusahaan retail, yaitu PT. Primafood International Jateng-DIY dengan mengangkat judul “Analisis Pengukuran Kinerja Rantai Pasok PT Primafood International Jateng-DIY, Semarang Dengan Metode SCOR (Supply Chain Operation Reference)” .

1.2. Rumusan Masalah

1. Bagaimana pelaksanaan rantai pasok di PT. Primafood International Jateng-DIY?
2. Bagaimana pengukuran kinerja rantai pasokan PT. Primafood International Jateng DIY dengan menggunakan model SCOR?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Agar dapat mengetahui tahapan rantai pasokan di PT. Primafood International Jateng-DIY
2. Agar dapat mengetahui hasil pengukuran kinerja rantai pasok PT. Primafood International Jateng DIY dengan menggunakan model SCOR

1.4. Kegunaan Penelitian

1.4.1. Kegunaan Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi tambahan bagi perusahaan dalam hal ini PT Primafood International Jateng-DIY, Semarang untuk meningkatkan kinerja rantai pasoknya.

1.4.2. Kegunaan Bagi Program Studi

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan ilmu pengetahuan yang dapat dipelajari oleh mahasiswa program studi D-IV Manajemen dan Administrasi Logistik serta menjadi bahan untuk penelitian selanjutnya, baik dari mahasiswa maupun dosen program terkait.

1.4.3. Kegunaan Bagi Masyarakat Umum

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan peneliti secara khususnya, dan masyarakat secara umum, serta dapat menjadi tambahan pengalaman bagi peneliti agar dapat membuat penelitian yang lebih baik di kemudian hari.