

SUPPLY CHAIN MANAGEMENT PENGUSAHA PEMPEK DADAKAN DALAM MENGHADAPI PERMINTAAN MENJELANG IDUL FITRI

Syahrizal Bin Muhammad Syafii¹

¹Dosen STIM Amkop Palembang

E-mail: syahrizalbms@yahoo.co.id

ABSTRACT

The high demand for Pempek at the time before Eid al-Fitr resulted in the failure to fulfill the demand by Pempek entrepreneurs who routinely sell every day. This condition has created opportunities for impromptu entrepreneurs to fill this demand gap. But to fulfill this demand, impromptu entrepreneurs need to plan their supply chain management, so that they can meet consumer demand and take advantage of these conditions. The purpose of this study was to determine the impromptu supply chain management of entrepreneurs in the face of demand ahead of Idul Fitri.

This research is a qualitative research, with data collection methods through observation and interviews with research informants. The informants of this research are impromptu entrepreneurs and consumers.

Based on the results of the study, the results can be as follows: 1). Upstream Supply Chain; for suppliers, especially raw material for cork fish, this impromptu pempek entrepreneur has established cooperation so that it is easier to obtain raw materials, besides this pempek entrepreneur not only cooperates with 1 cork fish supplier but also to some suppliers so that the raw material will be easier can, 2). Internal Supply Chain: In the production process, the employer applies an order-based manufacturing process in which to maintain the sustainability of the production, usually the businessman keeps a stock of materials for the raw material of cork fish, this raw material is stored to anticipate the high demand. This inventory is usually able to anticipate up to 1 week ahead. The businessmen also aside from making supplies for raw materials also make storage for finished goods so as to be able to meet demand. Whereas for this employer employing family members so as to reduce labor costs, 3). Downstream supply chain: in distribution to consumers, the businessmen utilize freight forwarding companies such as JNE, TIKI, Lion Parcel, Wahana, POS Indonesia or travel companies for shipping outside the city, while shipping outside the city utilizes Gojek or Grab.

Keywords: Supply Chain Management.

ABSTRAK

Tingginya permintaan pempek pada saat menjelang idul fitri mengakibatkan tidak terpenuhinya permintaan tersebut oleh pengusaha pempek yang rutin berjualan setiap harinya. Kondisi ini menyebabkan timbulnya peluang bagi pengusaha dadakan untuk mengisi kekosongan permintaan ini. Tetapi untuk memnuhi permintaan tersebut pengusaha pempek dadakan ini perlu merencanakan supply chain management mereka, sehingga dapat memenuhi permintaan konsumen dan mengambil keuntungan dari keadaan ini. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui supply chain management pengusaha pempek dadakan dalam menghadapi permintaan menjelang Idul Fitri.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif, dengan metode pengumpulan data melalui observasi dan wawancara terhadap informan penelitian. Informan penelitian ini adalah pengusaha pempek dadakan dan konsumen.

Coressponding Author:

E-mail: syahrizalbms@yahoo.co.id

Berdasarkan hasil penelitian di dapat hasil sebagai berikut : 1) *Upstream Supply Chain*; untuk pemasok terutama bahan baku ikan gabus, pengusaha pempek dadakan ini telah menjalin kerja sama sehingga lenih mudah mendapatkan bahan bakunya, selain itu pengusaha pempek ini tidak hanya menjalin kerja sama dengan 1 pemasok ikan gabus tetapi juga pada beberapa pemasok sehingga bahan baku akan lebih mudah di dapat. 2) *Internal Supply Chain*: Dalam proses produksi pihak pengusaha menerapkan pembuatan berdasarkan pesanan dimana untuk menjaga keberlangsungan produksi maka biasanya pengusaha melakukan penyimpanan persediaan bahan untuk bahan baku ikan gabus, bahan baku ini disimpan untuk mengantisipasi tingginya permintaan. Persediaan ini biasanya mampu mengantisipasi hingga 1 minggu ke depan. Pihak pengusaha pun selain membuat persediaan untuk bahan baku juga melakukan penyimpanan untuk barang jadi sehingga mampu memenuhi permintaan. Sedangkan untuk tenaga kerja pengusaha ini memanfaatkan anggota keluarga sehingga dapat menekan biaya tenaga kerja, 3). *Downstream supply chain*: dalam distribusi ke konsumen maka pihak pengusaha memanfaatkan perusahaan ekspedisi seperti JNE, TIKI, Lion Parcel, Wahana, POS Indonesia atau perusahaan travel untuk pengiriman luar kota, sedangkan untuk pengiriman luar kota memanfaatkan Gojek atau Grab.

Kata kunci: *Supply Chain Management*

PENDAHULUAN

Pempek merupakan salah satu makanan khas kota Palembang yang cukup terkenal di Indonesia dan juga menjadi icon kuliner kota ini. Semakin pesatnya pembangunan Kota Palembang dan semakin banyak even-even berskala nasional maupun internasional menyebabkan permintaan pempek semakin meningkat terutama dari mereka yang datang ke Kota Palembang untuk menjadikannya oleh-oleh. Selain itu pempek juga merupakan icon makanan kuliner Propinsi Sumatera Selatan khususnya Kota Palembang. Permintaan akan pempek ini juga akan semakin meningkat seiring masuknya bulan Ramadhan hingga 1 – 2 minggu setelah Idul Fitri. Pempek tidak hanya dinikmati dikala senggang saja tetapi hampir mendekati makanan pokok wong Palembang. Pada saat bulan ramadhan saat kegiatan buka puasa bersama pempek merupakan salah satu makanan wajib dalam hidangan, selain itu semakin dekatnya Idul Fitri maka permintaan pempek ini semakin banyak hingga seringkali pengusaha pempek yang rutin berproduksi kewalahan memenuhi permintaan.

Kelas pempek sendiri dapat dibagi 3 dalam tingkatan harga berdasarkan kualitasnya, untuk pempek kecil kelas pertama adalah harga yang kurang dari Rp. 2.000,- kelas kedua Rp. 2.000,- hingga Rp. 3.500,- dan kelas ketiga harga Rp. 4.000,- hingga Rp. 6.000,-. Untuk pempek telok besar kelas pertama adalah harga yang kurang dari Rp. 8.000,- kelas kedua Rp. 10.000,- hingga Rp. 15.000,- dan kelas ketiga harga Rp. 20.000,- hingga Rp. 25.000,-.pertama. Untuk pempek lenjer kelas pertama adalah harga yang kurang dari Rp. 10.000,- kelas kedua Rp. 15.000,- hingga Rp. 20.000,- dan kelas ketiga harga Rp. 25.000,- hingga Rp. 30.000,-. Untuk kelas pertama biasanya di konsumsi oleh masyarakat berpenghasilan rendah tetapi kelas menengah juga sering mengkonsumsi sekadar untuk cemilan. Nah untuk kelas dua biasanya dikonsumsi oleh masyarakat kelas menengah selain untuk cemilan juga untuk acara-acara yang menghidangkan makanan. Selain itu pempek kelas dua ini juga tidak mengecewakan jika di jadikan oleh-oleh.

Dari observasi dan wawancara awal dengan pengusaha pempek dadakan ini menunjukkan bahwa omset penjualan mulai awal ramadhan hingga setelah Idul Fitri dapat mencapai 25 juta rupiah dengan keuntungan kotor hingga 10-15 juta rupiah, jelas hal ini sangat menggairkan untuk menjadikannya bisnis sampingan. Selain itu konsumen kelas menengah dalam membeli pempek biasanya akan memilih pempek kelas dua yang harga relatif terjangkau tetapi dalam kualitas tidak terlalu jauh dengan kelas tiga yang harganya relatif tinggi. Tetapi ada permasalahan dalam penyediaan bahan baku ikan yang harganya semakin tinggikan jumlahnya menjadi terbatas. Selain itu untuk menhadapi permintaan dadakan dari konsumen maka perlu

adanya persediaan terhadap bahan baku dan produk jadi. Hal ini adalah masalah distribusi ke konsumen agar cepat sampai dan murah serta bagaimana mempromosikan pempek tanpa menggunakan media konvensional yang biayanya relatif tinggi. Untuk menghadapi kondisi ini maka diperlukan manajemen supply chain yang baik sehingga dapat mendukung produksi dan pemasaran dari produk pempek pengusaha dadakan ini.

Identifikasi Masalah

Kondisi yang ada menunjukkan bahwa penyediaan bahan baku ikan yang harganya semakin tinggi dan jumlahnya menjadi terbatas. Selain itu untuk menghadapi permintaan dadakan dari konsumen maka perlu adanya persediaan terhadap bahan baku dan produk jadi. Hal ini adalah masalah distribusi ke konsumen agar cepat sampai dan murah serta bagaimana mempromosikan pempek tanpa menggunakan media konvensional yang biayanya relatif tinggi.

Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui supply chain management pengusaha pempek dadakan dalam menghadapi permintaan menjelang Idul Fitri.

Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan dari penelitian adalah (1) sebagai bahan pertimbangan bagi pengusaha pempek dalam mengelola produksi dan pemasaran produknya sehingga dapat memenuhi permintaan akan pempek terutama saat menghadapi Idul Fitri dan (2) bahan referensi bagi peneliti selanjutnya yang melakukan penelitian pada bidang pemasaran terutama mengenai pengelolaan rantai supply produksi pempek.

TINJAUAN PUSTAKA

Supply Chain

Supply chain atau rantai pasokan adalah saluran yang lebih panjang yang membentang dari bahan mentah hingga komponen sampai akhir yang dihantarkan ke pembeli akhir (Kotler; 2009). Agar berhasil perusahaan harus mencari keunggulan kompetitif di luar operasinya sendiri, kedalam rantai nilai pemasok, distributor dan pelanggan. Banyak perusahaan bermitra dengan pemasok dan distributor tertentu untuk menciptakan jaringan penghantaran nilai yang bagus yang disebut rantai pasok (*supply chain*).

Komponen Supply Chain Management

Komponen dari supply chain management menurut Turban (2004) terdiri dari tiga komponen utama yaitu:

1. *Upstream Supply Chain*

Bagian upstream (hulu) supply chain meliputi aktivitas dari suatu perusahaan manufacturing dengan para penyalurnya (yang mana dapat manufacturers, assemblers, atau kedua-duanya) dan koneksi mereka kepada para penyalur mereka (para penyalur second-tier). Hubungan para penyalur dapat diperluas kepada beberapa strata, semua jalan dari asal material (contohnya bijih tambang, pertumbuhan tanaman). Di dalam upstream supply chain, aktivitas yang utama adalah pengadaan.

2. *Internal Supply Chain*

Bagian dari internal supply chain meliputi semua proses inhouse yang digunakan dalam mentransformasikan masukan dari para penyalur ke dalam keluaran organisasi itu. Hal ini meluas dari waktu masukan ke dalam organisasi. Di dalam internal supply chain, perhatian yang utama adalah manajemen produksi, pabrikasi dan pengendalian persediaan.

3. *Downstream supply chain*

Downstream (hilir) supply chain meliputi semua aktivitas yang melibatkan pengiriman produk kepada pelanggan akhir. Di dalam downstream supply chain, perhatian diarahkan pada distribusi, pergudangan transportasi dan after-sale service.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang dilakukan adalah metode kualitatif. Metode ini digunakan karena bertujuan untuk memahami interaksi sosial dimana peneliti ikut berinteraksi dengan melakukan wawancara dan interaksi sosial terhadap objek penelitian.

Instrumen Penelitian

Instrumen yang digunakan pada penelitian ini adalah daftar pertanyaan dan item-item observasi.

Sumber data

Adapun sumber data yang digunakan adalah informan yang terlibat dan berhubungan dengan pemasaran pempek dadakan ini yang meliputi : Pengusaha pempek, driver online, ekspedisi, penjual ikan gabus giling.

Teknik Pengumpulan Data

Data dikumpulkan melalui wawancara dan observasi terhadap informan

Teknik Analisis Data

Tahapan dari analisis data meliputi : pengorganisasian data, pengelompokan data, pengujian asumsi, Alternatif Penjelasan bagi data dan terakhir menulis hasil penelitian. Data yang dikumpulkan selanjutnya akan dianalisis dengan berdasarkan indikator supply chain yaitu :

1. *Upstream Supply Chain*. Bagian upstream (hulu) supply chain meliputi aktivitas dari suatu perusahaan manufacturing dengan para penyalurnya (yang mana dapat manufacturers, assemblers, atau kedua-duanya) dan koneksi mereka kepada para penyalur mereka (para penyalur second-tier).
2. *Internal Supply Chain*. Bagian dari internal supply chain meliputi semua proses inhouse yang digunakan dalam mentransformasikan masukan dari para penyalur ke dalam keluaran organisasi itu..
3. *Downstream supply chain*. Downstream (hilir) supply chain meliputi semua aktivitas yang melibatkan pengiriman produk kepada pelanggan akhir.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam melakukan penelitian ini peneliti melakukan wawancara langsung terhadap informan penelitian dan observasi terhadap keadaan supply chain pengusaha pempek dadakan ini. Berdasarkan hasil penelitian di dapat hasil sebagai berikut :

1. *Upstream Supply Chain*;

Bahan utama pempek adalah terigu, telur (tidak selalu) dan ikan gabus/tenggiri dan gula merah di tambah bahan penolong berupa bahan bakar (elpiji) dan minyak goreng.

- a. Bahan Utama. Untuk pemasok terutama bahan baku ikan gabus, pengusaha pempek dadakan ini telah menjalin kerja sama sehingga lebih mudah mendapatkan bahan bakunya, selain itu pengusaha pempek ini tidak hanya menjalin kerja sama dengan 1 pemasok ikan gabus tetapi juga pada beberapa pemasok sehingga bahan baku akan lebih mudah di dapat. Menjalin hubungan baik dengan pemasok ikan sangat penting sebab bahan baku utama pempek adalah ikan, sehingga jika tidak menjalin hubungan

baik atau kerjasama maka akan kesulitan mendapatkan ikan pada saat menjelang lebaran. Selain itu pengusaha pempek juga tidak menjalin hanya satu pemasok ikan tetapi beberapa pemasok ikan sehingga banyak pilihan harga dan menghindari ketiadaan bahan baku ikan. Sedangkan untuk bahan baku tepung terigu dan telur ayam tidak menjadi masalah dalam pasokannya hanya harga yang sedikit meningkat. Sedangkan bahan baku gula merah tidak menjadi masalah sebab pasokan selalu ada.

- b. Bahan Penolong. Untuk bahan penolong terutama bahan bakau elpiji tidak menjadi kendala sebab pada saat bulan ramadhan hingga selesai Idul Fitri dapat dikatakan tidak sulit untuk mendapatkannya dengan harga yang stabil. Sedangkan untuk minyak goreng hampir sama dengan bahan bakar elpiji tidak mengalami kesulitan untuk mendapatkannya walaupun harga relatif naik, tetapi secara umum tidak mempengaruhi harga dari pempek tersebut

2. *Internal Supply Chain:*

- a. Penyimpanan. Dalam proses produksi pihak pengusaha menerapkan pembuatan berdasarkan pesanan dimana untuk menjaga keberlangsungan produksi maka biasanya pengusaha melakukan penyimpanan persediaan bahan untuk bahan baku ikan gabus, bahan baku ini disimpan untuk mengantisipasi tingginya permintaan. Persediaan ini biasanya mampu mengantisipasi hingga 1 minggu ke depan. Pengusaha biasanya melakukan penyimpanan bahan baku ikan ke dalam freezer yang mampu bertahan hingga 2 minggu. Dengan penyimpanan bahan baku ini pengusaha bisa mengurangi perubahan harga yang tinggi dari bahan baku ikan gabus yang semakin mahal saat mendekati Idul Fitri. Pihak pengusaha pun selain membuat persediaan untuk bahan baku juga melakukan penyimpanan untuk barang jadi sehingga mampu memenuhi permintaan. Pengusaha pempek ini biasanya membuat pempek untuk persediaan jika ada permintaan mendadak. Permintaan ini bahkan dapat terjadi hingga satu minggu setelah lebaran. Penyimpanan pempek dalam freezer ini dapat bertahan hingga 2 minggu bahkan 1 bulan.
- b. Tenaga Kerja. Sedangkan untuk tenaga kerja pengusaha ini memanfaatkan anggota keluarga sehingga dapat menekan biaya tenaga kerja. Penggunaan tenaga kerja keluarga ini sangat membantu menghemat biaya bagi pengusaha. Tenaga kerja keluarga ini dapat dari anak, keponakan atau saudara dekat rumah atau tetangga. Biaya upah yang dikeluarkan relatif rendah jika membayar orang lain diluar keluarga atau tetangga dekat. Dengan kondisi ini maka harga jual pempek dapat ditekan. Dalam berhubungan dengan pemasok ini pihak pengusaha juga memanfaatkan teknologi informasi yaitu berupa medsos seperti *Whatsapps* atau *messenger* atau *instagram*. Penggunaan media sosial ini sangat membantu dalam proses mendapatkan bahan baku.

3. *Downstream supply chain:*

- a. Promosi. Untuk mengenalkan produknya kepada konsumen pihak pengusaha menggunakan dan memanfaatkan teknologi informasi berupa media sosial seperti facebook, Whatapps, instagram, Go food dan lain-lain. Sehingga pengusaha dapat mengurangi biaya promosi yang cukup besar jika menggunakan promosi media cetak atau elektronik lainnya. Selain itu juga mengurangi peralatan showcase produk secara konvensional yang biayanya relatif mahal dan kurang efektif jika lokasinya tidak strategis di pinggir jalan. Selain itu pemanfaatan media sosial untuk berpromosi sangat membantu pihak pengusaha untuk mengenalkan produknya ke konsumen.
- b. Distribusi. Sedangkan untuk menyampaikan produk ke konsumen maka pengusaha mempersingkat jalur distribusi. Dalam distribusi ke konsumen maka pihak pengusaha memanfaatkan perusahaan ekspedisi seperti JNE, TIKI, Lion Parcel, Wahana, POS Indonesia atau perusahaan travel untuk pengiriman luar kota, sedangkan untuk

pengiriman luar kota memanfaatkan Gojek atau Grab. Pengiriman ini sangat meningkatkan efektifitas dan efisiensi penyampaian produk dari produsen ke konsumen.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan hasil sebagai berikut : 1). Upstream Supply Chain; untuk pemasok terutama bahan baku ikan gabus, pengusaha pempek dadakan ini telah menjalin kerja sama sehingga lebih mudah mendapatkan bahan bakunya, selain itu pengusaha pempek ini tidak hanya menjalin kerja sama dengan 1 pemasok ikan gabus tetapi juga pada beberapa pemasok sehingga bahan baku akan lebih mudah di dapat.,2). Internal Supply Chain: Dalam proses produksi pihak pengusaha menerapkan pembuatan berdasarkan pesanan dimana untuk menjaga keberlangsungan produksi maka biasanya pengusaha melakukan penyimpanan persediaan bahan untuk bahan baku ikan gabus, bahan baku ini disimpan untuk mengantisipasi tingginya permintaan. Persediaan ini biasanya mampu mengantisipasi hingga 1 minggu ke depan. Pihak pengusaha pun selain membuat persediaan untuk bahan baku juga melakukan penyimpanan untuk barang jadi sehingga mampu memenuhi permintaan. Sedangkan untuk tenaga kerja pengusaha ini memanfaatkan anggota keluarga sehingga dapat menekan biaya tenaga kerja , 3). Downstream supply chain: dalam distribusi ke konsumen maka pihak pengusaha memanfaatkan perusahaan ekspedisi seperti JNE, TIKI, Lion Parcel, Wahana, POS Indonesia atau perusahaan travel untuk pengiriman luar kota, sedangkan untuk pengiriman luar kota memanfaatkan Gojek atau Grab.

DAFTAR PUSTAKA

Abdullah, Thamrin (2016), *Manajemen Pemasaran*, Rajagrafindo Perkasa
Kotler, Philipetal. (2009), *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 Edisi 13, Erlangga, Jakarta
Kotler, Philipetal. (2009), *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2 Edisi 13, Erlangga, Jakarta
Mc. Daniel, (2001) *Pemasaran*, Edisi I, SalembaEmpat, Jakarta
Sugiyono, (2012), *Metode Penelitian Bisnis*, Alfabeta, Bandung
Turban, et al. (2004). *Electronic Commerce : A Managerial Perspective*. Prentice Hall. New Jersey