

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Dalam kegiatan bisnis, perusahaan dalam kegiatan operasionalnya pastinya memerlukan pasokan barang ataupun jasa untuk sampai kepada konsumen akhir. Kegiatan itu meliputi sejak memproduksi bahan mentah dari produsen yang akan dikelola menjadi barang jadi hingga didistribusikan kepada tangan kedua maupun ketiga yang akan dijual kepada konsumen. Proses pendistribusian tersebut harus bergerak dengan lancar agar mendapatkan keunggulan` kompetitif dan kepuasan konsumen.

Indonesia merupakan negara berkembang, dimana terdapat berbagai sektor usaha yang mengalami perkembangan pesat pula. Beberapa bidang usaha yang sedang berkembang dengan pesat adalah coffee shop. Di Indonesia sendiri kopi dulunya hanya dikonsumsi oleh orang dewasa, akan tetapi sekarang kopi merupakan minuman bagi semua kalangan dan usia dengan berbagai varian dalam penyajiannya.

Trend ngopi di Indonesia sendiri mengalami perkembangan dikarenakan oleh beberapa faktor, salah satunya yaitu Indonesia merupakan negara yang dapat menghasilkan berbagai jenis kopi dengan aroma khas dan cita rasa yang berbeda-beda. Volume ekspor kopi Indonesia rata-rata berkisar 350 Ton per Tahun yang meliputi kopi robusta (85%) dan arabika (15%). Di kawasan ASEAN, Indonesia merupakan produsen dan eksportir kopi terbesar kedua setelah negara Vietnam. Di tingkat dunia Indonesia adalah eksportir kopi terbesar keempat setelah Brazil, Vietnam, dan Kolombia. Produksi kopi Indonesia mengalami peningkatan pada periode 1980-2016. Rata-rata peningkatannya mencapai 2,44%. Peningkatan produksi kopi ini masih belum sesuai dengan peningkatan pendapatan petani kopi. Hal ini disebabkan karena beberapa hal yang masih belum bisa dikuasai petani, diantaranya adalah pemasaran biji kopi. (idntimes.com,2017)

Menjamurnya usaha coffee shop di Indonesia mendorong persaingan yang ketat antar pengusaha coffee shop. Hal ini pada akhirnya juga mendorong para pengusaha untuk melahirkan ide-ide yang lebih kreatif dalam menjalankan bisnis coffee shop-nya agar dapat mempertahankan eksistensi coffee shop miliknya serta tetap mendapatkan keuntungan. Para pengusaha juga harus

pandai mengatur strategi agar pelanggan tetap tertarik untuk mengunjungi coffee shop-nya. Salah satu strategi yang dapat dilakukan oleh para pengusaha yaitu dengan menerapkan manajemen bisnis yang baik.

Kafe masih menjadi andalan bagi para anak muda khususnya di Kota Metro. Hal ini dapat dilihat dari fenomena menjamurnya kafe di Kota Metro. Di kota Metro eksistensi kafe mulai diperhitungkan bagi anak-anak muda khususnya mahasiswa. Umumnya, kafe di sini sebagai tempat bertatap muka, baik itu dengan keluarga, teman ataupun rekan bisnis. Tidak dipungkiri, pembuktian ini kian berpengaruh terhadap kehidupan anak-anak muda di Kota Metro ini seperti nongkrong dan *hangout*. Kini orang pergi ke *coffee shop* tidak hanya untuk mencicipi makanan atau minuman khasnya, melainkan untuk nongkrong dan bersantai dengan kelompoknya. Tak jarang kini di Kota Metro banyak terdapat *Coffee Shop* dengan konsep yang berbeda-beda.

*Coffee Shop* yang berada di jalur pendidikan Kota yang ramai dikunjungi oleh mahasiswa hanya beberapa kafe yang memiliki kelebihan-kelebihan seperti desain interiornya yang unik dan menarik, tersedianya wifi yang cukup lancar, menu minuman dan makanan yang beraneka ragam dan rasanya yang enak-enak, harganya standar mahasiswa, pelayanannya yang ramah dan lumayan cepat, lokasinya yang strategis dan masih banyak kelebihan yang lainnya.

Fenomena yang terjadi pada Bun Kopi Metro ini terkendala pada pasokan biji kopi yang berkualitas. Biji kopi yang kualitasnya bagus sangat susah dicari dan membutuhkan waktu yang cukup lama jika dibeli dari luar kota. Kualitas rasa sangat dipengaruhi dari biji kopi yang digunakan, konsistensi bahan kopi pada Bun Kopi metro ini belum mampu dijaga sehingga memungkinkan konsumen akan mencari minuman lain yang dianggap lebih enak. Inovasi rasa kopi perlu dipadupadankan serta dicampur dengan berbagai macam bahan yang dapat menimbulkan rasa yang unik sehingga manajemen pasokan bahkan perlu diperhatikan secara serius. (Wawancara Pegawai Bun Kopi Metro, 2021)

Manajemen pasokan adalah manajemen yang mengatur tentang pasokan atau jumlah pemasok yang nantinya akan berkontribusi dengan perusahaan. Pemilihan pemasok ini sangat penting mengingat barang mentah atau setengah jadi yang dibeli harus berkualitas tinggi. Bahan yang berkualitas tersebut kemudian akan menghasilkan produk yang berkualitas bagus pula, sehingga hal tersebut akan mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap produk yang dijual baik berupa barang ataupun jasa (Heizer dan Rander (2014).

Menurut Heizer dan Rander (2014) dalam skripsi Ramadan (2017) rantai pasokan memiliki komponen-komponen utama yang terdiri dari pemasok atau supplier, manufaktur, gudang dan pusat distribusi atau warehouse and distribution center, pedagang besar atau wholesaler, pedagang eceran atau ritel sebagai pemenuhan permintaan dari pelanggan akhir. Semua komponen-komponen utama tersebut memiliki peranan yang penting bagi kelancaran supply chain management. Hal tersebut juga merupakan tujuan untuk meningkatkan efisiensi dari manajemen rantai pasokan bagi kinerja perusahaan.

Selain manajemen pasokan, manajemen biaya produksi juga mempunyai peran yang penting. Menurut Heizer dan Rander (2014) dalam bukunya manajemen operasi mendefinisikan manajemen produksi sebagai kegiatan pengaturan dan melakukan koordinasi dalam penggunaan berbagai sumber daya dan bahan baku secara efektif dan efisien untuk menghasilkan dan menambah nilai guna dari produk yang dihasilkan tersebut. Sedangkan manajemen biaya produksi merupakan manajemen pengaturan biaya yang harus dikeluarkan serta laba dihasilkan dalam produksi tersebut.

Suplai pasokan yang baik dengan bahan baku kualitas bagus pula harus memiliki sistem inventory control yang bagus pula. Dalam sistem manajemen inventory ini, setiap barang yang datang terlebih dahulu akan digunakan terlebih dahulu. Berikut Nilai Presentase Dana (dalam Rupiah) Setiap Jenis Bahan Baku (dalam Persen).

Tabel 1. Data Bahan Baku dan Biaya Produksi Tahun 2020

No	Jenis cetakan	Satuan	Kuantitas pemakaian ( $D_1$ )	Harga satuan ( $P_1$ )	Nilai penerapan dana ( $M_1$ )	Penyerapan dana ( $P_1$ )
1	Biji Kopi	Kg	50	35.000	1.750.000	
2	Susu	Pack	30	15.000	450.000	3,8%
3	Gula	Kg	35	13.000	455.000	0,9%
4	Matcha	Kg	20	36.000	720.000	0,6%
6	Roti	Pack	10	15.000	150.000	4,8%
7	Selai	Botol	5	17.000	85.000	1,7%

Sumber: Bun Kopi Kota Metro, 2021

Berdasarkan Tabel di atas Bun Kopi perlu adanya manajemen produksi yang untuk mencegah adanya kekurangan biaya baik itu dalam biaya operasional, bahan, maupun alat produksi. Bun Kopi dalam hal inventory control perlu melakukan perubahan agar dapat menghemat biaya serta membuat

perputaran modal lebih efektif. Keputusan manajemen biaya produksi yang diambil perlu memberikan dampak yang positif bagi Bun Kopi sehingga memberikan keuntungan yang stabil. Berdasarkan masalah tersebut, untuk itu penulis mengajukan judul penelitian yang berjudul **“Strategi Manajemen Pasokan Dan Biaya Produksi Di Bun Kopi Kota Metro”**

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka masalah penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut : Bagaimana Strategi Manajemen Pasokan Dan Biaya Produksi Di Bun Kopi Kota Metro?

## **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan utama dari penelitian ini adalah: Untuk mengetahui Strategi Manajemen Pasokan Dan Biaya Produksi Di Bun Kopi Kota Metro.

## **D. Manfaat Penelitian**

### 1. Bagi Perusahaan

Manfaat penelitian ini bagi perusahaan yaitu diharapkan perusahaan dapat menerapkan manajemen pasokan dengan baik, dan berguna untuk perkembangan perusahaan dalam mengelola pasokan produknya.

### 2. Bagi Peneliti

Manfaat penelitian ini bagi peneliti yaitu diharapkan menjadi perkembangan pengetahuan dalam penelitian pada masa yang akan datang, serta bahan referensi khususnya di bidang manajemen mengenai manajemen pasokan dan biaya produksi.

### 3. Bagi Universitas

Penelitian ini diharapkan dapat membantu pihak Institut, khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Muhammadiyah Kota Metro sebagai menjadi referensi serta menambah koleksi literatur Universitas.