



Available online at <http://joseta.faperta.unand.ac.id>

Journal of Socio Economics on Tropical Agriculture (Jurnal Sosial
Ekonomi Pertanian Tropis) (JOSETA)

ISSN: 2686 – 0953 (online)



ANALISIS KINERJA RANTAI PASOK SAYURAN DI TRANSMART PADANG

Analysis of Vegetables Supply Chain Performance at Transmart Padang Miranti Fadhillia

Sri Khirunnisa¹, Hasnah², Syahyana Raesi³

¹Mahasiswa Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Andalas, Padang, 25163, Indonesia

²Staf Pengajar Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Andalas, Padang, 25163, Indonesia

³Staf Pengajar Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Andalas, Padang, 25163, Indonesia

email koresponden: srikhairunnisa45@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk (1) Mendeskripsikan karakteristik konsumen Kedai Kopi Nan Yo, (2) Mendeskripsikan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi konsumen dalam mengkonsumsi di Kedai Kopi Nan Yo Kota Padang.. Penelitian ini dilaksanakan menggunakan metode survei, dengan responden yang digunakan adalah konsumen Kedai Kopi Nan Yo, dan konsumen yang tidak memilih Kedai Kopi Nan Yo. Analisis data menggunakan metode regresi logistik dengan dibantu dengan program statistik SPSS 21.0. 1. Hasil penelitian menunjukkan karakteristik umum dari konsumen Kedai Kopi Nan Yo didominasi oleh responden berjenis kelamin laki-laki, dengan usia 44-50 tahun. Pendidikan terakhir dari responden mayoritas adalah strata 1, dengan pendapatan perbulan sebesar Rp 3.000.000.- Rp 4.000.000. Mayoritas konsumen Kedai Kopi Nan Yo sudah berkeluarga dan memiliki 4-5 orang anggota keluarga. Sedangkan karakteristik khusus dari konsumen Kedai Kopi Nan Yo adalah menghabiskan waktu lebih dari 1 jam di Kedai Kopi Nan Yo, mayoritas konsumen datang sekali dalam sebulan, dengan sekali pengeluaran dalam membeli adalah dibawah Rp.20.000. Menurut konsumen, harga yang di tawarkan di Kedai Kopi Nan Yo adalah pas/sesuai. Mayoritas responden sudah datang ke Kedai Kopi Nan Yo lebih dari 10 tahun, dan mau untuk merekomendasikan Kedai Kopi Nan Yo ke teman atau keluarganya. Faktor yang mempengaruhi konsumen dalam keputusan memilih atau tidak Kedai Kopi Nan Yo adalah faktor Psikologi, dan faktor produk, Nilai signifikansi dari faktor psikologi adalah 0,000, dan nilai signifikansi dari faktor produk adalah 0,002. Sedangkan faktor kebudayaan, sosial, dan pribadi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pemilihan Kedai Kopi Nan Yo.

Kata Kunci: Rantai Pasok, Sayuran, SCOR

Abstract

This research aims to describe and analyze the performance of vegetables supply chain activities at Transmart Padang. This case study collected the data through observation and interview key informants, namely farmers, suppliers/suppliers, support managers of Transmart Padang, finance department, and consumers of. The results showed that the members of the vegetables supply chain include farmers, collectors, suppliers, fruit and vegetable department and consumers. There are 3 channels of flows which are managed in the vegetables supply chain at Transmart Padang. First, the flow of goods starting from farmers/collectors, Transmart Padang consumers. Second, the flow of money starts from consumers to supplier and farmers. Third is the flow of information that occurs reciprocally between farmers/collectors, suppliers, Transmart Padang and consumers. Supply Chain Reference (SCOR) shows, for the reliability, responsiveness and flexibility performance, that the vegetables supply chain at Transmart Padang was good. Supply chain management still needs more adequate information and time management for each activity for further supply chain improvement.

Keywords : Supply Chain, Vegetables, SCOR

PENDAHULUAN

Tanaman hortikultura sudah menjadi salah satu kebutuhan penting dalam hidup manusia mulai dari memenuhi gizi, keindahan hingga berperan dalam kesehatan. Sayuran berperan penting dalam pemenuhan mineral dan vitamin bagi tubuh, sehingga sayuran mempunyai peluang pasar yang baik. Pertambahan jumlah penduduk, peningkatan taraf penghasilan serta kesadaran masyarakat akan gizi ini berdampak positif terhadap peningkatan kebutuhan sayuran (Poerwanto & Susila, 2021).

Sayuran segar terkenal sebagai sumber vitamin dan mineral yang baik. Sayangnya, komoditas ini mudah rusak. Setiap rangkaian proses penanganan dan pengolahan mempunyai peluang merusak dan menghilangkan sebagian atau seluruh vitamin dan mineral yang terkandung dalam komoditas ini. Oleh karena itu, teknik penanganan dan pengolahan sayuran harus dilakukan dengan tepat agar kehilangan zat gizi dapat ditekan seminimal mungkin (Poerwanto & Susila, 2021).

Indonesia merupakan salah satu negara penghasil tanaman hortikultura. Tanaman hortikultura yang dihasilkan sangat beragam khususnya tanaman hortikultura sayuran. Faktor-faktor yang mempengaruhi jumlah produksi tanaman hortikultura diantaranya adalah luas lahan produktif yang cocok untuk tanaman hortikultura tersebut. Luas panen hortikultura di Indonesia tahun 2020 untuk 18 komoditi, yaitu bawang daun, bawang merah, bawang putih, bayam, buncis, cabai besar, cabai rawit, jamur, kacang panjang, kangkung, kembang kol, kentang, timun, kubis, sawi, terong, tomat dan wortel adalah 6.286.939 Ha dengan luas panen tertinggi oleh jamur dengan luas panen 5.140.722 Ha dan luas panen terendah oleh tanaman bawang putih, sementara besaran produksi tanaman sayuran hortikultura adalah sebanyak 160.022.144 kuintal dengan produksi terbesar oleh tanaman jamur (Kementan, 2021).

Besarnya produksi tanaman sayuran meningkatkan daya saing sayuran di pasar, baik pasar konvensional/retail tradisional ataupun pasar modern/retail modern seperti supermarket/hypermarket. Retail adalah usaha bisnis yang menjual produk langsung ke tangan konsumen akhir (Heizer & Render, 2015). Menurut Asosiasi Pengusaha Retail Indonesia (Aprindo, 2022), bisnis retail atau biasa disebut usaha eceran di Indonesia mulai berkembang pada kisaran tahun 1980, dapat dilihat terjadi pertumbuhan kisaran 3% sampai 3.5% secara tahunan pada periode Oktober hingga Desember 2021. Oleh sebab itu perusahaan semakin bersaing untuk menjadi pilihan terbaik dari konsumen untuk berbelanja.

Retail merupakan mata rantai terakhir dalam suatu proses produksi yang sangat penting. Dengan adanya retail, suatu produk dapat bertemu langsung dengan penggunanya. Berdasarkan perkembangannya industri ini berkembang dari retail tradisional menuju retail modern (Utami & Sadeli, 2014). Kemajuan pesat retail modern dapat kita lihat dari bermunculannya *hypermarket* dan *supermarket* yang ada di Indonesia. Meskipun semakin banyak nya jenis retail tradisional ataupun modern, masyarakat Indonesia cenderung berbelanja sayuran ke pasar tradisional/retail tradisional dibandingkan dengan retail modern seperti *supermarket* dan *hypermarket*. Survei yang dilakukan Nielsen Media Research Indonesia dalam katadata.co.id pada 23 Juli 2020 menyebutkan 70% responden membeli bahan makanan segar di warung atau tukang sayur, kemudian diikuti 58% responden membeli secara langsung di pasar dan hanya 9% yang memilih membeli di *Supermarket/Hypermarket* (Kurnia, 2020).

Transmart Padang merupakan salah satu ritel modern yang berlokasi di Jalan Khatib Sulaiman No 85 Kelurahan Ulak Karang Selatan, Kecamatan Padang Utara Kota Padang. Selaku ritel modern, Transmart Padang mengusung konsep 4 in 1 yaitu bersantap,

berbelanja, bermain dan menonton. Berdasarkan profil Transmart Padang diperoleh data bahwasanya divisi *Fresh* memberikan kontribusi penjualan terbesar ketiga setelah *textile (department store)* dan *grocery* yaitu sebanyak 11.2%.

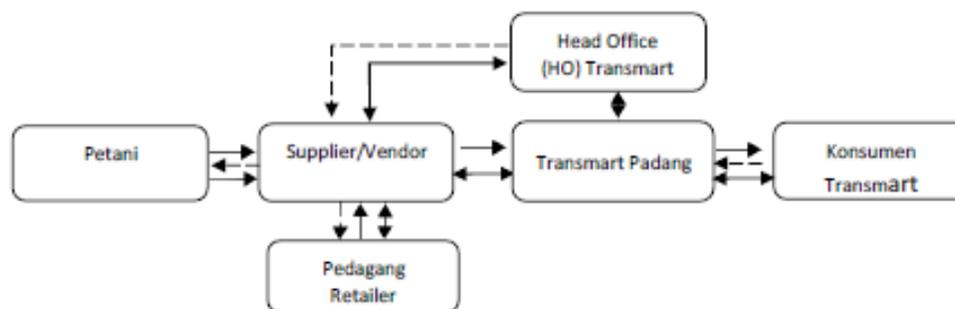
Ketersediaan sayuran harus diperhatikan oleh pelaku saluran rantai pasok agar konsumen tidak beralih ke pilihan pasar lain khususnya pasar modern. Peningkatan mutu dan daya saing memerlukan penanganan yang efektif dan efisien antar aspek produksi dan distribusi. Untuk memenuhi kebutuhan konsumen terhadap sayuran di Transmart Padang maka pasokan sayuran yang cukup sangat diperlukan. Jumlah ketersediaan sayuran dengan jumlah permintaan sayuran yang tidak selalu seimbang dapat mempengaruhi angka penjualan. Hal ini disebabkan karena tidak stabilnya jumlah sayuran yang diproduksi atau jumlah permintaan konsumen yang berfluktuasi. Sayuran yang bersifat mudah rusak dan cepat membusuk harus dipahami oleh setiap pelaku rantai pasok agar dapat tepat waktu, tepat kualitas dan tepat kuantitas (Harahap, 2014).

Menurut Jebarus (Jebarus, 2001) secara umum penerapan konsep manajemen rantai pasok dalam perusahaan akan memberikan manfaat yaitu kepuasan pelanggan, meningkatkan pendapatan, menurunnya

biaya, pemanfaatan aset yang semakin tinggi, peningkatan laba, dan perusahaan semakin besar

Untuk itu diperlukan analisis kinerja rantai pasok sayuran di Transmart Padang agar anggota dalam rantai pasok memiliki kepentingan yang sama yaitu agar dapat memenuhi permintaan konsumen secara optimal. Anggota rantai pasok dapat mengelola persediaan dan penyediaan pasokan sayuran secara efektif dan efisien. Tujuan penelitian ini adalah menggambarkan struktur dan aktivitas rantai pasok meliputi aliran produk, aliran keuangan dan aliran informasi sayuran, serta menganalisis kondisi dan mengukur kinerja rantai pasok (*Supply Chain*) sayuran departemen fruit and vegetable Transmart Padang.

Salah satu aspek fundamental dalam *supply chain management* adalah manajemen kinerja dan perbaikan secara berkelanjutan. Untuk menciptakan manajemen kinerja yang efektif diperlukan sistem pengukuran yang mampu mengevaluasi kinerja *supply chain* secara holistic (Amalia, 2016). Pengukuran kinerja rantai pasok merupakan salah satu hal penting dilakukan untuk melihat sejauh mana kemampuan manajemen rantai pasok yang diterapkan dalam mencapai efektifitas dan efisiensi yang menjadi tujuan perusahaan itu. Pengukuran kinerja rantai pasok harus



Gambar 1. Aliran dalam Rantai Pasok Sayuran di Transmart Padang.

Keterangan :

→ Aliran Barang

← Aliran Uang

↔ Aliran Informasi

dilakukan seefektif mungkin, agar dapat mengungkap kelemahan serta memberikan masukan kepada perusahaan untuk memperbaikinya. Pengukuran ini dilakukan terhadap seluruh pihak yang terlibat di dalam rantai pasok tersebut (Pujawan & Mahendrawati, 2017). SCOR (*Supply Chain Operations Reference*) dipercaya sebagai model terbaik untuk mengevaluasi kinerja rantai pasok, karena memungkinkan menggambarkan kondisi yang sesungguhnya. Model ini juga menekankan pada proses yang tidak efektif untuk membantu perbaikan ke arah yang lebih baik dimana operasional, kinerja, dan kontrol dapat ditingkatkan. Selain itu, metode ini dapat menghitung mata rantai terlemah dan mengidentifikasi kemungkinan perbaikan (Paul, 2014).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Transmart Kota Padang yang terletak di Jalan Khatib Sulaiman No 85 Kel. Ulak Karang Selatan, Kec. Padang Utara Kota Padang. Pemilihan tempat penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*) yaitu dengan pertimbangan bahwa Transmart Padang ini merupakan salah satu toko retail modern terbesar di Sumatera Barat khususnya Kota Padang. Penelitian ini dilakukan mulai dari bulan Agustus – September 2022.

Kajian analisis kinerja rantai pasok menggunakan metode pendekatan studi kasus. Studi kasus merupakan penelitian yang bertujuan mempelajari secara intensif suatu kasus atau fenomena dan latar belakang keadaan sekarang dan interaksi lingkungan dari unit unit sosial yang menjadi subjek (Nazir, 2011). Pengambilan data dilakukan menggunakan teknik observasi kegiatan rantai pasok dan wawancara menggunakan panduan kuisisioner terhadap informan kunci. Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer didapatkan dari responden melalui wawancara langsung dan melalui pengisian kuisisioner yang telah disiapkan. Data sekunder

didapatkan dari lembaga instansi terkait seperti BPS, dinas pertanian dan dokumentasi unit bisnis/perusahaan (Transmart Padang), yang mendukung untuk tercapainya tujuan penelitian.

Penelitian dilakukan dengan analisis deskriptif kualitatif dan kuantitatif untuk mengolah data primer dan sekunder, dan menganalisis kinerja rantai pasok. Untuk tujuan penelitian pertama dilakukan analisis deskriptif kualitatif. Data yang diperoleh dengan melakukan wawancara dan observasi, dideskripsikan sesuai variabel pengamatan untuk tujuan pertama penelitian. Struktur rantai pasok dianalisis dengan melihat pihak-pihak mana saja yang terlibat dalam pengelolaan rantai pasok sayuran di Transmart Padang. Aktivitas rantai pasok dianalisis menggunakan beberapa aspek yaitu aspek aliran barang, aspek aliran uang, aspek aliran informasi.

Untuk tujuan kedua penelitian perhitungan kinerja rantai pasok, akan dilakukan analisis kuantitatif dengan menggunakan pendekatan metode SCOR. Analisa data dilakukan dengan melakukan pengisian kuisisioner saat wawancara dengan Key Informan terhadap 4 variabel yaitu reliabilitas, responsivitas dan fleksibilitas. Alat analisis data kuantitatif yang digunakan berupa *Microsoft Excel 2019*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Perusahaan

Transmart adalah sebuah perusahaan retail di Indonesia yang merupakan pemilik dari jaringan supermarket Carrefour serta Carrefour express dan salah satu anak perusahaan dari Trans Retail. Carrefour sudah beroperasi di Indonesia sejak tahun 1998, kemudian seluruh sahamnya diakuisisi oleh CT Corp pada 19 November 2012. Kemudian berubah nama menjadi PT. Trans Retail Indonesia. Di kota Padang, Transmart resmi dibuka pada tanggal 19 Mei 2017. Transmart Padang digolongkan dalam jenis *hypermarket* yang beroperasi dari pukul 10.00 pagi

hingga pukul 21.00 malam. Transmart Padang menyediakan berbagai kebutuhan konsumen yang dikelompokkan kedalam 5 bagian *commercial*. Diantara bagian tersebut adalah divisi *fresh* yang menjual produk seperti sayuran, buah-buahan, *seafood*, *bakery* hingga *restaurant*. Salah satu divisi bagian *commercial* yang berkaitan langsung dengan sayuran adalah divisi *fresh* departemen *fruit and vegetable* dengan struktur organisasi terdiri dari *sales manager*, tim *leader*, tim pemasaran dan tim produksi.

Struktur Rantai Pasok Sayuran Departemen *Fruit and Vegetable* Transmart Padang

Struktur rantai pasok suatu komoditi ditentukan oleh beberapa faktor antara lain jumlah dan peranan setiap pelaku rantai pasok. Pada sebuah rantai pasok suatu komoditas terdapat dua jenis anggota rantai pasok yaitu anggota primer dan anggota sekunder (Alam, Alfarizi, & Mulyono, 2021). Anggota primer adalah semua pihak yang terlibat secara langsung dalam kegiatan bisnis rantai pasok. Anggota primer rantai pasok komoditas sayuran di Transmart Padang adalah petani sebagai produsen, supplier/vendor sebagai pemasok, departemen *fruit and vegetable* Transmart Padang sebagai retail dan konsumen. Koordinasi antar anggota didasari oleh kesadaran bahwa kuatnya rantai pasok tergantung pada kekuatan seluruh elemen yang ada didalamnya.

Sedangkan anggota sekunder adalah anggota rantai pasok yang tidak langsung berhubungan dengan kegiatan produksi namun memiliki pengaruh dalam

menyediakan bahan baku yang dibutuhkan dari pengemasan sampai kebutuhan administrasi.

Aktivitas Rantai Pasok Sayuran Transmart Padang

Menurut Chopra dan Meindl (Chopra & Meindl, 2013) sebuah rantai pasok melibatkan semua pihak, baik secara langsung atau tidak langsung, dalam memenuhi permintaan konsumen. Rantai pasokan tidak hanya mencakup produsen dan pemasok, tetapi juga melibatkan pengangkut/transportasi, gudang, retailer/pengecer, dan konsumen itu sendiri.

Pada suatu rantai pasok biasanya ada tiga macam aliran yang harus dikelola. Pertama aliran barang yang mengalir dari hulu ke hilir. Kedua aliran uang yang mengalir dari hilir ke hulu dan yang ketiga aliran informasi yang bisa terjadi dari hulu ke hilir dan sebaliknya (Pujawan & Mahendrawati, 2017).

Barang yang mengalir dari hulu ke hilir yaitu komoditas sayuran yang diperoleh dari petani dan pedagang *retailer* yang selanjutnya akan dipasok oleh supplier/vendor ke Departemen *Fruit and Vegetable* Transmart Padang.

Untuk mendeskripsikan rantai pasok yang dilakukan oleh Departemen *Fruit and Vegetable* Transmart Padang akan dijelaskan berdasarkan aliran yang dikelola. Penjelasan sederhana implementasi 3 aliran terkait rantai pasok yang dikelola tersebut dapat dilihat pada gambar 1.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan di

Tabel 1. Daftar Harga Beberapa Item Kategori Sayuran Berdaun di Sepanjang Rantai Pasok tahun 2021

Jenis Sayuran	Satuan	Harga di Petani /pedagang retailer (Rp)	Harga di Supplier (Rp)	Harga di Transmart Padang (Rp)
Bayam	Pcs	1.500	2.000	2.500
Bayam Merah	Kg	10.000	15.000	18.900
Kangkung	Pcs	1.500	2.000	2.500
Selada Keriting	Kg	20.000	25.000	29.900
Caisim	Kg	8000	10.659	15.000
Pakchoy	Kg	15.000	18.000	19.900

kegiatan bisnis. Anggota sekunder adalah pihak yang memperlancar kegiatan rantai pasok dalam

lapangan, aliran rantai pasok sayuran Transmart Padang diawali dengan dua pemasok yaitu vendor

Bayu Abbas dan Zainimar. Namun pada kenyataannya dua vendor pemasok tersebut memperoleh sayuran dari pedagang *retailer* dan petani sayuran. Jenis sayuran yang dipasok sangat beragam seperti bayam, bayam merah, pakcoy, kangkung dan lainnya. Sayuran tersebut di pasok setiap hari ke Transmart Padang. Pengiriman sayuran dilakukan dari pukul 09.00 hingga pukul 10.00 pagi. Selanjutnya, ketika sayuran sampai di lokasi penerimaan sayuran Transmart Padang, pihak Transmart Padang akan melakukan kegiatan *checking* dan sortasi yang dilakukan oleh *checker*. Sayuran yang dikirim sudah dikemas dan ada juga yang tidak dikemas. Kemasan yang diberikan oleh pemasok merupakan bagian dari *support supplier* namun sudah dimasukkan perhitungan kemasan ke dalam harga jual. Setelah itu sayuran di timbang dan di bawa ke *chiller* serta di display pada rak *chiller* di area penjualan menggunakan keranjang yang disusun di atas *hand track* dan dialas dengan palet kayu atau menggunakan troli. Sayuran dapat dipasarkan langsung ke tangan konsumen yang berbelanja di Transmart Padang.

Aliran uang ini bersifat searah, artinya uang yang dihasilkan dari pertukaran dengan produk yang dibeli konsumen dengan melewati beberapa mata rantai akhirnya akan diterima oleh produsen sebagai nilai penukar produk yang dihasilkan. Mekanisme pengaliran uang yang jelas dan transparan di antara lembaga rantai pasok akan membantu meningkatkan kepercayaan diantara masing masing lembaga tersebut. Uang yang mengalir di antara rantai pasok tergantung oleh harga sayuran berdaun yang disepakati kedua belah pihak. Sedangkan harga sayuran di Transmart Padang adalah harga yang sudah ditetapkan HO (*Head Office*) yang di *update* setiap sekali seminggu. Berdasarkan wawancara, diperoleh data harga beberapa sayuran berdaun di tingkat petani, *supplier* dan Transmart Padang untuk dijual ke konsumen sebagai berikut :

Aliran informasi merupakan komponen yang sangat penting dalam rantai pasok guna mencapai tujuan rantai pasok. Distribusi informasi yang baik diantara pelaku dalam rantai pasok dapat menciptakan hubungan yang baik dan transparan sehingga membentuk kepercayaan serta komitmen dalam perjanjian kerja sama yang dijalankan. Aliran informasi harus dikelola bersama dengan baik untuk menghindari *asymmetric information* yang berpotensi menimbulkan kecurangan yang akan menghambat efektivitas rantai pasok. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan pada rantai pasok sayuran di Transmart Padang, yang disimpulkan baik karena informasi yang mengalir bersifat timbal balik yang bersifat transparan dan akurat baik mengenai ketersediaan jenis ataupun jumlah sayuran yang dibutuhkan.

Analisis Kinerja Rantai Pasok Sayuran Transmart Padang

SCOR membagi proses proses *supply chain* menjadi lima proses inti yaitu *plan* (perencanaan), *source* (pengadaan), *make* (pembuatan), *deliver* (pengiriman), *return* (pengembalian). Rincian penjelasan proses manajemen model SCOR yang terjadi di Transmart Padang adalah sebagai berikut :

a. Plan

Ruang lingkup proses perencanaan *plan* yaitu menyeimbangkan sumberdaya dan membuat rencana untuk rantai pasok secara keseluruhan termasuk rencana pelaksanaan proses dari kebutuhan pengadaan (*source*) produksi (*make*) dan pengembalian (*return*). Adapun gambaran kegiatan perencanaan yang dilakukan Transmart Padang adalah sebagai berikut :

a. Plan

1) *Plan source*

1. Merencanakan jumlah perkiraan sayuran yang dibutuhkan.

2. Merencanakan waktu pengiriman sayuran.
- 2) *Plan make*
1. Merencanakan proses produksi seperti penjadwalan produksi, sortasi, dan pengemasan.
 2. Merencanakan strategi kesesuaian jumlah pasokan sayuran dengan kapasitas penyimpanan dan rak *display*.
 3. Merencanakan strategi pengawasan dan evaluasi pasokan sayuran.
 4. Merencanakan strategi dan solusi untuk menghadapi kendala dalam proses produksi

tepat sehingga menimbulkan kepuasan dan loyalitas konsumen. Manajemen pengadaan sayuran mencakup penentuan harga, pengiriman, dan pembayaran.

Dalam pemilihan pemasok, Departemen *Fruit and Vegetable* Transmart Padang telah memilih pemasok tetap yang berada di sekitar kota padang sehingga kualitas sayuran yang akan dikirim dapat terjaga.

c. *Make*

Proses *make* yaitu proses mengubah bahan baku menjadi produk jadi yang siap jual. Proses *make* yang

Tabel 2. Perhitungan Nilai Matriks Level 1 Reliabilitas

Sumber : Data Olahan Peneliti, 2022

Atribut	Matriks Level 3	Bobot	Nilai indikator matriks level 3	Nilai Matriks level 3	Matriks level 2	Nilai matriks level 2	Matriks level 1	Nilai matriks level 1
RELIABILITAS	Ketepatan jenis sayuran terkirim dengan	0.16	85	13.60	%pesanan terkirim penuh	28.16	Pemenuhan pesanan sempurna	82.90
	jenispermintaan Ketepatan jumlah sayuran terkirim	0.16	91	14.56				
	Ketepatan waktu penerimaan dengan	0.17	75	12.75	Waktu kedatangan	27.54		
	targetorder sayuran Ketepatan lokasipenerimaan sayuran	0.17	87	14.79				
	Ketepatan pengiriman sayur	0.17	80	13.6	Kondisi sempurna	13.60		

5. Merencanakan pembuatan keputusan penambahan atau pengurangan sumber daya manusia (karyawan).
- 3) *Plan deliver*
1. Merencanakan kegiatan pendistribusian sayuran dengan tim transportasi.

dilakukan Transmart Padang yaitu mengemas sayuran dengan kualitas baik dan siap untuk dipasarkan. Proses *make* yang dilakukan oleh Transmart Padang yaitu sortasi dan pengemasan.

d. *Deliver*

Deliver adalah proses pengiriman barang dari lokasi produksi ke lokasi tujuan hingga sampai ke tangan konsumen. Di Transmart padang, kegiatan *deliver* dimulai dari proses penerimaan pesanan sayuran, bongkar muat, packing, penyimpanan, pengiriman sayuran, dan verifikasi.

b. *Source*

Proses *source* adalah proses yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan bahan baku produksi atau pengadaan komoditas sayuran di Transmart Padang. Pada proses ini, diharapkan pihak Transmart Padang mampu memenuhi permintaan konsumen dengan

e. *Return*

Return atau pengembalian sayuran dari Transmart Padang ke supplier selama ini tidak pernah terjadi karena telah melewati pengontrolan kualitas dari berbagai pihak yaitu *supplier* serta *checker* Transmart Padang.

Jika sayuran yang dikirimkan tidak memenuhi standar spesifikasi sayur yang ditetapkan, sesuai dengan kesepakatan kontrak maka sayuran akan langsung ditolak di loading penerimaan dan tidak dimasukkan ke dalam jumlah sayuran yang diterima. Sehingga dengan kesepakatan tersebut *supplier* selalu mengirimkan sayur dengan kualitas terbaik yang sesuai dengan standar kualitas yang telah ditetapkan.

Penilaian Variabel Kinerja Rantai Pasok Sayuran Transmart Padang

Penilaian kinerja atribut rantai pasok sayuran di Transmart Padang dimulai dengan mengidentifikasi indikator atribut reliabilitas, responsivitas dan fleksibilitas yang digunakan. Setelah indikator ditentukan, pada atribut reliabilitas dan fleksibilitas peneliti akan melanjutkan dengan langkah pemberian bobot tingkat kepentingan di setiap indikator atribut. Bobot diperoleh dengan menjumlahkan skor tingkat kepentingan indikator oleh manajer Transmart Padang

dan dilanjutkan dengan pemberian skor tiap indikator dengan jumlah skor semua indikator. Selanjutnya dilakukan pemberian skor kinerja indikator menggunakan skala likert oleh *supplier*, Transmart Padang dan konsumen Transmart Padang. Setelah diberikan skor dilakukan agregasi nilai dengan menjumlahkan skor dan dibagi dengan jumlah skor maksimum sehingga diperoleh nilai indikator kinerja matriks level 3. Selanjutnya nilai indikator matriks level 3 dikalikan dengan bobot pada tabel perhitungan dan diperoleh nilai kinerja atribut dan dilakukan interpretasi nilai kinerja berdasarkan rentang nilai yang ditetapkan. Klasifikasi penilaian kinerja atribut dapat dilihat pada Tabel dibawah ini.

Kriteria	Nilai Kinerja
Sangat Baik	90 – 100
Baik	80 - 89
Sedang	70 -79
Kurang	60 -69
Sangat Kurang	<60

1. Reliabilitas

Reliabilitas merupakan variabel yang menggambarkan kehandalan dan kesanggupan pihak pihak dalam rantai pasok dalam memenuhi permintaan sayuran. Reliabilitas diukur dengan

Tabel 3. Perhitungan Atribut Responsivitas

Atribut	Matriks Level 3	Nilai (hari/siklus)	Matriks Level 2	Nilai	Matriks Level 1	Nilai (hari/siklus)
R E S P O N S I V I T A S	Pemilihan pemasok dan negosiasi penjadwalan produksi	0.88	Waktu siklus <i>source</i>	0.922	Waktu siklus pemenuhan pesanan	1.088
	Waktu penjadwalan pengumpulan	0.042				
	Sortasi	0.083	Waktu siklus <i>make</i>	0.125		
	Packing	0.042	Waktu siklus <i>deliver</i>	0.041		
	Waktu bongkar muat	0.01				
	Waktu penerimaan dan verifikasi	0.01				
	Waktu pengiriman	0.021				

perfect order fulfillment (pemenuhan pesanan dengan sempurna), yaitu indikator yang menggambarkan persentase dari pesanan yang terpenuhi sesuai spesifikasi yang diminta, diterima tepat waktu, dan tidak ada perbedaan kualitas sesuai dengan permintaan (Council, 2017). Dari penilaian kinerja oleh *key informan* tersebut diperoleh perhitungan penilaian variabel reliabilitas seperti pada tabel 2.

Dari Tabel 2 terlihat bahwa nilai matriks level 3 atribut reliabilitas rantai pasok sayuran Transmart Padang dalam penyediaan sayuran yang diperoleh

menggunakan *order fulfillment cycle time* (jangka waktu pemenuhan pesanan) yang mengukur banyaknya hari yang diperlukan untuk memenuhi pesanan sampai dengan penyerahan pada pelanggan. Dalam model SCOR, perhitungan responsivitas ini dihitung dengan membagi kegiatan proses kerja perusahaan kedalam tiga kelompok siklus yaitu siklus *source, make* dan *deliver* (Council, 2017).

Dari hasil wawancara dengan manajer divisi Fresh Transmart Padang didapatkan penilaian responsivitas

Tabel 4. Perhitungan Fleksibilitas Rantai Pasok Sayuran di Transmart Padang

Atribut	Matriks Level 3	Bobot	Nilai indikator matriks level 3	Nilai level 3	Matriks level 2	Nilai matriks level 2	Matriks level 1	Nilai matriks level 1
F	Jumlah penambahan modal	0.24	93	22.32	Adaptasi source	22.32	Upside Supply Chain	85.89
E	Waktu peningkatan produksi	0.14	82	11.48	Adaptasi make	47.5	Adaptability	
K	Jumlah peningkatan pesanan	0.19	82	15.58				
S	Penambahan jumlah produk yang diolah (kemasan)	0.1	65	6.50				
I	Penambahan jumlah pengangkutan	0.17	82	13.94				
B	Waktu persiapan pengangkutan.	0.17	91	15.47				

dari pendapat *key informan* adalah 82,90. Jika dilihat pada tabel standar nilai klasifikasi penilaian maka atribut reliabilitas rantai pasok sayuran Transmart Padang adalah baik sehingga dapat disimpulkan rantai pasok sayuran Transmart Padang dapat mengirimkan produk dengan baik, pada tempat yang benar, pada waktu yang tepat, dalam kondisi yang baik, dalam jumlah yang benar, dan dengan dokumentasi yang tepat.

2. Responsivitas

Responsivitas adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan kepada konsumen, guna memenuhi kepuasan konsumen berkaitan dengan waktu. Variabel responsivitas diukur dengan

yang dapat dilihat pada Tabel 3.

Dari tabel, diketahui bahwa nilai responsivitas Transmart Padang untuk pemenuhan pesanan untuk memenuhi pesanan dibutuhkan waktu 1.088 hari atau 26.1 jam. Responsivitas departemen *fruit and vegetable* Transmart Padang dapat dikatakan baik karena berdasarkan wawancara ketahanan sayuran adalah kurang lebih 2 hari dilihat dari ketahanan fisik sayuran setelah diberi perlakuan kontrol kualitas.

3. Fleksibilitas

Fleksibilitas adalah kemampuan Transmart Padang dan pemasok untuk memenuhi perubahan peningkatan permintaan konsumen secara mendadak. Variabel fleksibilitas diukur dengan menghitung

upside supply chain adaptability yaitu kemampuan Transmart Padang dalam bereaksi terhadap jumlah permintaan mendadak selama 30 hari yang tidak terduga sebelumnya tanpa biaya tambahan atau denda jika tidak terpenuhinya permintaan tersebut. Upside supply chain adaptability meliputi adaptasi *source*, *make* dan *deliver*.

Dari hasil wawancara dan penilaian dari key informan yakni pemasok, Transmart Padang dan konsumen sayuran Transmart Padang, didapatkan hasil penilaian fleksibilitas yang digambarkan pada Tabel berikut :

Dari tabel, dapat dilihat bahwa nilai yang diperoleh dari pendapat pakar mengatakan bahwa fleksibilitas Transmart Padang dalam memenuhi permintaan yang mendadak dalam 30 hari adalah 85,89. Jika dilihat pada klasifikasi penilaian monczka maka kinerja fleksibilitas Transmart Padang adalah termasuk dalam kategori baik.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan dari penelitian yang telah dilakukan, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Struktur rantai pasok sayuran di Transmart Padang melibatkan beberapa pihak yaitu petani, pedagang *retailer*, supplier/vendor sayuran Transmart Padang, departemen *fruit and vegetable* Transmart Padang dan konsumen. Sedangkan aktivitas rantai pasok sayuran Transmart dijelaskan dalam tiga pola aliran yaitu aliran barang, aliran uang, dan aliran informasi. Aliran barang dimulai dari petani pemasok berupa hasil panen yang sudah dibersihkan dan disortasi, selanjutnya sayuran yang sudah dibersihkan dan disortasi dikirimkan pada supplier/vendor sayuran transmart Padang, dan sayuran akan dikemas dan diberi label oleh Transmart Padang akan dijual dan sampai pada tangan konsumen. Pola aliran uang dimulai dari hilir secara searah yaitu uang dari harga beli sayuran di tingkat konsumen mengalir ke *Head*

Office (HO) Transmart Padang, selanjutnya uang dengan harga beli sayuran di tingkat supplier sayuran mengalir ke pemasok/vendor sayuran hingga uang dengan harga sayuran di tingkat petani atau pedagang *retailer* mengalir ke petani dan pedagang *retailer* sayuran. Aliran informasi terjadi hubungan timbal balik dari petani ke pemasok, pemasok ke transmart Padang, transmart padang ke konsumen dan sebaliknya berupa informasi jumlah dan jenis sayuran, harga, waktu masuk sayuran dan juga keluhan.

2. Proses manajemen rantai pasok sayuran yang terjadi di Transmart Padang dalam model SCOR terdiri dari lima proses inti yaitu plan, source, make, deliver, dan return. Dalam proses plan Transmart Padang membuat perencanaan untuk pengadaan bahan baku (sayuran), perencanaan proses produksi, perencanaan pengiriman sayuran, dan perencanaan antisipasi menghadapi kendala kendala seperti pengembalian sayuran oleh konsumen. Dalam proses *source* Transmart padang melakukan pemilihan serta negosiasi pemasok sayuran. Dalam proses *make*, Transmart Padang melakukan sortasi dan pengemasan. Dalam proses *deliver*, Transmart Padang melakukan proses penerimaan pesanan, bongkar muat dan pengiriman dan dalam proses *return* Transmart melakukan proses pengembalian apabila ada barang yang rusak. Berdasarkan pengukuran kinerja rantai pasok sayuran Transmart Padang dalam penyediaan sayuran dari variabel atribut reliabilitas memperoleh nilai baik yaitu 82,90 artinya Transmart Padang dapat memenuhi permintaan sayuran setiap harinya. Pengukuran nilai variabel atribut responsivitas Transmart Padang juga baik, dimana Transmart Padang dapat memenuhi permintaan sayuran tiap hari selama rentang waktu 26 jam sejak sayuran diminta. Selanjutnya untuk variabel atribut fleksibilitas, Transmart Padang memperoleh nilai 85,89 yang berarti Transmart Padang mampu dengan baik memenuhi permintaan sayuran konsumen secara mendadak selama 30 hari.

Berdasarkan hasil dan pembahasan dari penelitian yang telah dilakukan, maka diperoleh saran untuk Transmart Padang selanjutnya sebagai berikut :

1. Dalam melaksanakan aktivitas rantai pasok sebaiknya lebih disiplin dalam manajemen tenaga kerja.
2. Pengiriman sayuran sebaiknya dilakukan lebih awal mengingat banyaknya proses yang dilakukan sebelum sayur dapat di display di rak penjualan Transmart Padang. Sehingga sayuran dapat lebih cepat terpajang di rak display sertaantisipasi agar sayuran selalu dapat terjaga kualitasnya adalah lebih teliti dalam melakukan sortasi terutama di area penjualan sebelum konsumen berbelanja.

UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terimakasih kepada dosen pembimbing yang selalu membimbing penulis selama pelaksanaan penelitian dan penyusunan skripsi.

DAFTAR PUSTAKA

- Alam, M. C., Alfarizi, A. R., & Mulyono, J. S. (2021). Analisis Manajemen Rantai Pasok Jamur Tiram (*Pleurotus Ostreatus*): Studi Kasus Industri Rumah Tangga “Rahmat Jamur” Di Desa Kertosari Kecamatan Kutorejo Mojokerto. *AGRIMAS*, 5(1), 10-19.
- Amalia, C. (2016) Pendekatan Analytic Network Process Serta Data (Studi Kasus : PT Saung Mirwan , Bogor). IPB.
- Aprindo: *Prediksi Industri Ritel Tumbuh Hingga 3.5% di Akhir 2021*, diakses tanggal 10 Januari 2022, <https://money.kompas.com/read/2021/12/23/071500626/aprindo-prediksi-industri-ritel-tumbuh-hingga-35-persen-di-akhir-2021>
- Chopra, S. and Meindl, P. (2013) *Supply Chain Management Strategy, Planning, and Operation*. 5th edn. New Jersey: Pearson Education.
- Council, A.S.C. (2017) *SCOR Version 12.0 Supply Chain Operations Reference Model*. Version 12.Chicago. Available at: <http://www.emeraldinsight.com/doi/10.1108/09576059710815716>.
- Harahap, A. A. N. (2014) Analisis Manajemen Rantai Pasok (Supply Chain Management) Sayuran di Sub Terminal Agribisnis Kota Payakumbuh. Universitas Andalas.
- Heizer, J. and Render, B. (2015) *Manajemen Operasi-Manajemen Keberlangsungan dan Rantai Pasokan. Ed 11*. Jakarta (ID): Salemba Empat.
- Jebarus, Felix. 2001. *Supply Chain Management, Usahawan no : 02 Th XXX Februari*
- Kementan. 2021. *Angka Tetap Hortikultura Tahun 2021*. Kementerian Pertanian.
- Kurnia, Tri. (2020) *Mayoritas Masyarakat Masih Memilih Belanja di Pasar Tradisional..*Katadata.co.id.
- Nazir, Mohamad. 2011. *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Paul J. 2014. *Panduan Penerapan Tranformasi Supply Chain Dengan Metode SCOR pada untuk peternakan*. Jakarta (ID): Penerbit PPM.
- Poerwanto, R. and Susila, A. D. (2021) *Seri 1 Hortikultura Tropika Teknologi Hortikultura*. Bogor: IPB Press.
- Pujawan, I. N. and Mahendrawati (2017) *Supply Chain Management*. 3rd edn. Surabaya: Penerbit ANDI.
- Utami, H. N., & Sadeli, A. H. (2014). Marketing Communication Innovation of Fresh Fruit and vegetables (FFV) Modern Retail Local Supplier: Competitiveness of Small Holder To Enter Modern Retail. *Sosiohumaniora*, 16(3), 283-289.