

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Tanaman buah naga mulai dikenal di Indonesia pada tahun 2000 dan dikembangkan tahun 2009 di Banyuwangi (Alkaff *et al.*, 2018). Sejak abad ke 13 tanaman buah yang termasuk dalam keluarga kaktus sudah dikenal oleh suku *Aztec* dan tumbuh liar di hutan-hutan kawasan Amerika Tengah dan Amerika Selatan, yang mereka sebut *pitaya* (Aryanta, 2022). Penyebaran buah naga dilakukan oleh warga *france* yang pertama kali membawa tanaman ini ke Vietnam sebagai tanaman hias (Aryanta, 2022). Mulai itu persebaran buah naga menyebar ke daerah tropis dan subtropis seluruh dunia. Bahwa buah ini dikenal dengan sebutan bermacam-macam seperti *Feuy Long Kwa* (Cina), *Thanh Long* (Vietnam), *Kaew Mangkorn* (Thailand), *Shien Mie Kuo* (Taiwan), *Pitahaya* (Mexico), *Melano* (Hawai), dan *Rhino Fruit* (Australia) (Aryanta, 2022).

Salah satu daerah yang banyak mengembangkan tanaman buah naga adalah Kabupaten Banyuwangi Provinsi Jawa Timur (Nuraeni, 2018). Kabupaten Banyuwangi dikenal sebagai daerah dengan produksi buah naga tertinggi di Indonesia karena menyumbang lebih dari 95% produksi nasional. Produksi buah naga di Indonesia pada tahun 2024 mencatatkan sebanyak 2.900.424,98 ton. Sedangkan total produksi buah naga di Jawa Timur secara menyeluruh menurut data BPS tahun 2024 sebanyak 1.813.798,58 ton. Berdasarkan dari data Badan Pusat Statistik (BPS Banyuwangi., 2024), Banyuwangi menjadi peringkat pertama dalam produksi buah naga di dengan luas lahan mencapai 3.786 hektar dan produksi mencapai 2.151.183 ton per tahun. Berdasarkan dokumen Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) Banyuwangi periode 2016–2021 buah naga telah ditetapkan sebagai salah satu komoditas buah unggulan. Selain itu Rencana Tata Ruang Wilayah (RTRW) Kabupaten Banyuwangi tahun 2012–2032 juga telah menetapkan kawasan-kawasan yang difokuskan untuk pengembangan komoditas buah naga. Pengembangan komoditas buah naga melalui industri-industri kecil atau UMKM sangat membantu perekonomian di daerah.

Pengembangan agroindustri buah naga tidak hanya mendukung ketersediaan buah naga secara nasional, namun juga mampu mendorong pertumbuhan berbagai industri kecil dan menengah yang memproduksi produk olahan buah naga. PT. Oreng Osing Banyuwangi adalah sebuah usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) yang bergerak di bidang pengolahan hasil pertanian khas Banyuwangi, menurut Itsnaini dan Jatmiko (2024). Usaha ini berfokus pada produk oleh-oleh khas Banyuwangi yang memberdayakan petani. PT. Oreng Osing juga dikenal sebagai inovator pertama produk sale buah naga di Indonesia dan memiliki kontrak dengan petani buah naga di Banyuwangi. Selain PT. Oreng Osing, ada juga Osing Deles, yang merupakan pusat oleh-oleh dan restoran khas Banyuwangi. Osing Deles juga menjadi tujuan wisata belanja bagi wisatawan yang berkunjung ke Banyuwangi. PT. Oreng Osing Bergerak di bidang pengolahan hasil pertanian khas Banyuwangi menjadi inovator pertama produk sale buah naga di Indonesia yang memiliki kontrak dengan petani buah naga di Banyuwangi.

PT. Oreng Osing memiliki kelemahan belum teridentifikasi dengan baik rantai pasoknya dikarenakan sampai saat ini implementasi manajemen rantai pasok masih berorientasi pada industri berskala besar. Industri kecil dan menengah biasanya tidak dapat mencapai kondisi dimana biaya per unit menurun seiring dengan peningkatan volume produksi (*economic of scale*), baik dalam pengadaan peralatan, pembelian bahan baku, maupun akses ke berbagai jasa keuangan dan konsultasi, serta umumnya memiliki keterbatasan akses pasar. Beberapa fungsi pendukung, seperti pelatihan, identifikasi pasar, logistik, dan inovasi teknologi juga tidak mampu dilakukan karena ukuran usaha yang kecil. Padahal fungsi-fungsi tersebut merupakan titik kritis suatu usaha yang mendorong terbangunnya kerjasama antar anggota rantai pasok (Ardiansyah, 2016). Implementasi manajemen rantai pasok dapat membangun *collective action* maupun *networking* dengan adanya kerjasama yang terjalin antara pemasok, produsen, dan konsumen (Andanu *et al.*, 2023).

Analisis kinerja rantai pasok dibutuhkan untuk membantu pengambilan keputusan dalam mengendalikan jalannya manajemen rantai pasok. Pengendalian

ini dilakukan berdasarkan strategi rantai pasok yang diterapkan. Tujuannya adalah menjamin bahwa target yang telah ditetapkan dapat tercapai (Sabastian, 2018). Analisis nilai tambah bertujuan untuk menyeimbangkan dan mempertahankan keberlanjutan bisnis agroindustri sehingga manajemen rantai pasok menjadi lebih komprehensif dan seimbang (Asrol *et al.*, 2018). Analisis nilai tambah bertujuan untuk mengetahui besarnya pendapatan yang diperoleh setiap anggota rantai pasok. Risiko yang muncul pada rantai pasok bersifat kompleks sehingga harus dikelola melalui koordinasi atau kolaborasi antar anggota rantai pasok dengan tujuan kontinuitas dan profitabilitas (Neupane, 2017). Tetapi pada kenyataannya, strategi yang terfokus pada rantai pasok khususnya agroindustri PT. Oren Osing masih membutuhkan perhatian yang besar sehingga perlu adanya strategi perbaikan untuk mencapai manajemen rantai pasok yang efektif dan efisien.

Kebutuhan akan manajemen rantai pasok yang efektif dan efisien menjadi sangat penting karena semakin disadari bahwa persaingan tidak hanya terjadi antar anggota rantai pasok melainkan antar rantai pasok (Sabastian, 2018). Efektivitas dan efisiensi manajemen rantai pasok dapat diketahui dengan mengidentifikasi permasalahan pada struktur rantai pasok yang dapat menjadi ancaman ketidaklancaran kegiatan bisnis. Menurut Syam (2020) efektivitas adalah seberapa besar tingkat kelekatan *output* (keluaran) yang dicapai dengan *output* yang didapat diharapkan dari jumlah *input* (masukan) dalam suatu perusahaan atau seseorang, sedangkan efisiensi yaitu ukuran keberhasilan dalam suatu kegiatan yang dinilai berdasarkan besarnya sumber daya yang digunakan untuk mencapai hasil yang diinginkan. Suatu kegiatan dapat dikatakan efisien jika ada perbaikan dalam proses, misalnya menjadi lebih cepat atau lebih murah. Menurut Leonczuk (2016) efektivitas diartikan sebagai tingkat pemenuhan harapan konsumen, sedangkan efisien digunakan untuk melihat sejauh mana aset bisnis digunakan dalam memberikan tingkat kepuasan konsumen.

Pentingnya peningkatan efektivitas dan efisiensi dapat memberikan peluang untuk perbaikan berkelanjutan pada struktur rantai pasok (Handayani, 2014). Perbaikan tersebut harus ditinjau secara menyeluruh melalui koordinasi dan integrasi aliran barang, informasi, dan uang dari seluruh anggota rantai pasok

yang terlibat. Dalam hal ini, manajemen rantai pasok agroindustri PT. Oreng Osing yang saling terintegrasi merupakan kegiatan bisnis rantai pasok yang diharapkan dapat berjalan secara efektif dan efisien. Dalam penerapannya, perlu pengetahuan secara menyeluruh tentang semua proses yang terjadi dalam struktur rantai pasok karena pengambilan keputusan sangat berpengaruh terhadap keberhasilan peningkatan efektivitas dan efisiensinya. Oleh karena itu, diperlukan identifikasi secara menyeluruh pada agroindustri PT. Oreng Osing dengan melihat beberapa faktor penentu dalam peningkatan efektivitas dan efisiensi, yaitu analisis kinerja, nilai tambah, rantai pasok. Melalui analisis dengan metode *Supply Chain Operations Reference* (SCOR), metode hayami, dan metode *Analytical Hierarchy Process* AHP sebagai upaya menganalisis yang komprehensif dapat digunakan dalam mengevaluasi rantai pasok dan memilih strategi perbaikan yang tepat sasaran.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana struktur rantai pasok dan kinerja rantai pasok PT. Oreng Osing?
2. Bagaimana nilai tambah rantai pasok yang terdapat pada rantai pasok PT. Oreng Osing?
3. Bagaimana strategi peningkatan efektivitas dan efisiensi rantai pasok PT. Oreng Osing?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Menganalisis struktur rantai pasok dan kinerja rantai pasok PT. Oreng Osing.
2. Menganalisis nilai tambah rantai pasok yang terdapat pada rantai pasok PT. Oreng Osing.
3. Merumuskan strategi peningkatan efektivitas dan efisiensi rantai pasok PT. Oreng Osing.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Mampu Menganalisis struktur rantai pasok, dan kinerja rantai pasok PT. Oreng Osing
2. Mampu Menganalisis nilai tambah rantai pasok yang terdapat pada rantai pasok PT. Oreng Osing.
3. Perumusan strategi peningkatan efektivitas dan efisiensi rantai pasok agroindustri yang dapat digunakan sebagai alternatif strategi untuk memperbaiki rantai pasok PT. Oreng Osing.

