

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian



Gambar 1.1
Logo Perusahaan
Sumber: Kartika Sari

Penyusunan penelitian ini, mengambil objek pada Industri *Bakery* yaitu Kartika Sari, meski saat ini sudah banyak beberapa toko *bakery* yang memiliki label halal sesuai ketentuan MUI yaitu seperti Country Style Donuts, Dunkin Donuts, Jacklyn Bakery, D'Stupid Bakery, Roti Boy, Mayestik Bakery (Hasan, 2015). *Bakery* Kartika Sari, sejak tahun 1970 an seorang Ibu yang bernama Ratna Wati Purnomo yang sangat berantusias membuat beragam macam kue rumahan. Semula, ia hanya berangkat dari kue-kue sederhana seperti bolu kukus, kue lapis dan beberapa kue rumahan lainnya. Banyak pelanggan yang menyukai aneka rasa kue-kue tersebut. Pada tahun 1984, tercetuslah ide untuk menamai bisnis ini "Kartika Sari". Sejak saat itulah, bisnis ini mulai berkembang dan mulai dikenal sebagai "*trademark*" kota Bandung. Toko *Bakery* Kartika Sari sudah memiliki sertifikasi halal terbukti telah terdaftar dilihat dari daftar belanja produk halal MUI (Majelis Ulama Indonesia) bulan Juli tahun 2016, Kartika Sari terdaftar dalam daftar produk halal MUI dengan memiliki nomer seri dan setiap produk yang telah terdaftar memiliki nomer expiry masing-masing. (Majelis Ulama Indonesia, 2016).

Adapun pada penelitian ini dilakukan untuk mengetahui penentuan karakteristik informasi mengenai rantai pasok pada website Kartika Sari menggunakan *Quality Function Deployment (QFD)* yang dibantu dengan

variabel SCOR. Informasi-informasi yang dibutuhkan oleh konsumen akan dapat tercantum dalam web yang disebut dengan informasi rantai pasok, karena itu penelitian ini dilakukan untuk menentukan informasi rantai pasok pada *bakery* Kartika Sari.

1.2 Latar Belakang

Industri makanan dan minuman sekarang mulai tumbuh pesat dan selalu memberikan hal atau pertumbuhan yang positif dan berkontribusi besar diantara negara-negara lainnya. Data dari Kemenperin, industri makanan dan minuman di Indonesia memiliki pertumbuhan yang tidak stabil atau dapat dikatakan naik dan turun. Pada tahun 2012 sebesar 10,33%, tahun 2013 mengalami penurunan menjadi 4,07%, tahun 2014 mengalami kenaikan menjadi 9,49% dan pada tahun 2015 mengalami penurunan menjadi 7,54% (Kementrian Perindustrian, 2015). Data Lembaga Pengkajian Pangan Obat-Obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI) pada 2013-2014 mengungkapkan, hanya ada 304 produk roti dan bahan roti yang dinyatakan halal oleh MUI (Zuhri, 2014).

Semakin banyaknya berbagai macam kuliner yang semakin unik dan beragam di Indonesia, sekarang sudah mulai banyak sekali toko *bakery* yang bermunculan dengan berbagai macam jenis dan *service* yang ditawarkan. Kota-kota besar di Indonesia sekarang sudah banyak terkenal dengan wisata kulinernya yang beragam, banyak sekali kuliner-kuliner baru dan unik yang tumbuh seperti industri *bakery* yang saat ini sedang berkembang sangat pesat pada kota-kota besar. Hal ini akan menjadikan peluang yang besar bagi pengusaha bisnis, dan usaha *bakery* ini di kota-kota besar sangat menjanjikan sekali. *Bakery* atau roti merupakan beberapa atau salah satu alternatif makanan yang diminati oleh masyarakat dimana *bakery* atau roti memiliki berbagai rasa, praktis dalam penyajiannya, dapat dinikmati ataupun dimakan oleh semua umur seperti orang dewasa hingga anak-anak menurut Ariessiana dalam Vrashinta (2015). Produksi pada industri *bakery* atau roti saat ini di Indonesia

memiliki pertumbuhan 13% rata-rata gabungan selama 2010-2015 dengan konsumsi roti 2,3 kg perkapita, konsumsi tersebut masih dibawah rata-rata Asean (Ipotnews, 2016).

Berdasarkan informasi tersebut adanya peningkatan industri makanan di Indonesia terutama pada industri *bakery* membuat masyarakat lebih kreatif dan berinovasi dalam membuat berbagai macam kuliner yang unik, enak dan juga tidak terlalu mahal untuk dapat bersaing dengan perusahaan lainnya. Tidak hanya kreatif dan inovasi tapi setiap toko atau industri *bakery* harus dapat meyakinkan konsumen terhadap produk-produknya yang ditawarkan apakah produknya dapat dikonsumsi dengan aman dan sesuai dengan ketentuan dari BPOM dan MUI, karena sebagian besar populasi penduduk Indonesia beragama islam, dan masyarakat yang beragama islam sangat selektif dan berhati-hati pada makanan yang dikonsumsi, yang masyarakat Indonesia sudah mulai selektif dalam memilih makanan karena sebagian besar beragama muslim (Akhmad, 2015)

Berdasarkan permasalahan yang terjadi dengan banyaknya toko *bakery* yang belum memiliki sertifikat halal, berikut persyaratan-persyaratan untuk mendapatkan sertifikat halal yang tercantum dalam web MUI (Majelis Ulama Indonesia), bagi perusahaan yang ingin mendaftarkan Sertifikasi Halal ke LPPOM MUI , baik industri pengolahan (pangan, obat, kosmetika), rumah potong hewan (RPH), restoran/katering, maupun industri jasa (distributor, *warehouse*, transporter, retailer) harus memenuhi persyaratan sertifikasi halal yang terdapat dalam buku HAS 23000 (kebijakan, prosedur, dan kriteria).Kriteria Sistem Jaminan Halal, perusahaan bebas untuk memilih metode dan pendekatan yang diperlukan dalam menerapkan SJH (sertifikat jaminan halal), dapat memenuhi 11 kriteria SJH (sertifikat jaminan halal) yaitu kebijakan halal, tim manajemen halal, pelatihan dan edukasi, bahan, produk, fasilitas produksi, prosedur tertulis aktivitas, kemampuan telusur (*Traceability*), penanganan produk yang tidak memenuhi kriteria, audit internal, kaji ulang manajemen.

Berdasarkan informasi mengenai tahapan sertifikat halal dalam kriteria halal yang sesuai dengan persyaratan MUI, produk halal yang dapat dikonsumsi dan sesuai dengan keyakinan agama atau demi kualitas hidup masyarakat merupakan hak masyarakat yang telah dijamin oleh Undang-Undang Dasar 1945, menurut falsafah pancasila dan termasuk kepada ibadah (Hasan, 2014). Dalam mengkonsumsi produk-produk halal adalah persoalan sosial masyarakat dan juga menjadi sebuah tanggung jawab suatu negara dengan adanya suatu pemikiran yang sama, yaitu terjaminnya dan dijaminnya produk halal. Dilihat dari adanya kewaspadaan konsumen, kejujuran produsen dan regulasi negara, itu adalah merupakan suatu kesatuan integral pada penegak hukum mengenai produk halal. Masalah yang muncul pada produk halal mengenai produk bersertifikat halal dimana bertujuan untuk melindungi para konsumen dari produk-produk haram dan dapat membahayakan kesehatan. Pelabelan halal yang ada pada sebuah kemasan produk memudahkan para konsumen dalam mengidentifikasi produk. Di negara Indonesia sendiri penggunaan label halal sudah mudah ditemukan pada semua produk makanan ataupun produk lain, tetapi saat ini juga banyak produk yang belum jelas bahan baku dan cara pengolahan dapat ditempel label halal seolah-olah produk telah dapat dikonsumsi dengan aman dan halal. Meskipun sudah banyak produk yang berlabel halal tetap saja masih ada produk yang belum memiliki label halal yang dikarenakan dalam proses pelabelan yang rumit dan dapat dilihat dari bahan-bahan baku maupun proses produksi yang belum layak dikatakan sebagai produk halal (Utami, 2013).

Dilihat dengan banyaknya produk-produk yang sudah banyak memiliki sertifikat halal, pemerintah telah merespon dengan baik dan mengeluarkan peraturan atau regulasi mengenai sertifikat halal dan juga untuk pencantuman pada produk dengan melewati beberapa aturan atau regulasi, dalam PP No. 69 tahun 1999 pasal 1, pangan halal adalah pangan yang tidak mengandung unsur atau bahan yang haram atau dilarang untuk dikonsumsi umat Islam, baik menyangkut bahan baku pangan, bahan bantu dan bahan penolong lainnya

termasuk bahan pangan yang diolah melalui proses rekayasa genetika dan irradiasi pangan dan pengelolaannya dilakukan sesuai dengan ketentuan hukum agama Islam. Keputusan bersama Menkes dan Menag No.427/mekes/VIII/1985 dan No. 68 tahun 1985 pasal 1 menyebut makanan yang halal adalah semua jenis makanan yang tidak mengandung unsur atau bahan yang terlarang/haram dan atau diolah/diproses menurut agama islam (Rahma, 2013).

Supply Chain Management (SCM) merupakan proses bisnis yang terletak pada bagian manufaktur. Perkembangan pada *supply chain management* mengalami peningkatan perubahan dengan adanya perkembangan teknologi dan internet yang cepat dan cukup tinggi. (Ang, 2014).

Supply chain management (SCM) dalam sebuah perusahaan sangat berperan penting bagi kelangsungan berdirinya perusahaan, karena *SCM* merupakan kegiatan yang dapat mengetahui apakah produk-produk yang akan dikonsumsi benar terjamin kehalalannya mulai dari pengirimannya hingga dikonsumsi oleh konsumen. Dalam pemberian label halal atau kehalalan sekarang hampir semua masyarakat sudah sensitif untuk mengkonsumsi produk halal yang konsumen beli. Seperti sudah diterangkan diatas Kartika Sari merupakan toko *bakery* yang sudah terkenal di kota Bandung dan sudah memiliki sertifikat halal seperti terdaftar pada daftar produk halal MUI pada tahun 2011, dalam web Kartika Sari saat ini terdapat informasi-informasi seperti informasi produk-produk, cara memesan produk yang terdapat pada Kartika Sari, dalam website Kartika Sari belum adanya informasi rantai pasok yang secara tidak langsung dibutuhkan konsumen, sebuah perusahaan jika sudah terdapat *SCM* maka akan lebih baik terdapat informasi rantai pasok pada perusahaan ada, yang dimana akan memudahkan para konsumen untuk mengetahui mengenai informasi-informasi yang dibutuhkan konsumen mengenai produk-produk yang ada pada Kartika Sari.

Penyampaian informasi rantai pasok merupakan perpaduan pada pengguna teknologi dalam meningkatkan operasi *supply chain* dan manajemen *supply chain* yang kegiatan tersebut sangat penting dalam kegiatan produksi. Dengan terdapatnya perkembangan dan pemanfaatan teknologi internet dalam *SCM* yang perusahaan akan lebih terbuka dengan konsumen dalam pemberian informasi produk rantai pasok perusahaan dari supplier yang berbasis web dapat menghubungkan dan memudahkan antara perusahaan, pelanggan secara online, yang dimana akan berkordinasi lebih baik mulai dari informasi, aliran material atau bahan-bahan, proses pembuatan suatu produk sampai pada keuangan antara perusahaan, pelanggan dan supplier atau pemasok dibandingkan menggunakan dengan *supply chain management (SCM)* tradisional yang belum memadukan dan menggunakan teknologi internet dalam penyapaian informasi (Ang, 2014).

Dengan adanya informasi rantai pasok perusahaan akan lebih terbuka dengan konsumen dalam pemberiaan informasi produk halal rantai pasok perusahaan, pelanggan tidak hanya diminta untuk produk halal, tetapi juga untuk proses halal, oleh karena itu pelanggan memilih untuk membeli produk halal terutama karena dari proses halal (Normalina, 2011). Dalam informasi rantai pasok tersebut Kartika Sari dapat memberikan informasi-informasi yang dibutuhkan oleh para konsumen mengenai produk-produk pada Kartika Sari dan konsumen dapat percaya produk Kartika Sari benar-benar halal hanya dilihat dalam web saja.

Model SCOR dapat digunakan atau dimanfaatkan sebagai pengukuran kinerja mengarah pada perbaikan rantai pasok, yang akan membantu dalam memudahkan mengetahui informasi rantai pasok. Lalu pada penerapan konsep *Quality Function Deployment* sebuah alat dalam mengidentifikasi keperluan pada pelanggan atau konsumen. Dengan tujuan untuk menjamin sebuah produk yang dihasilkan memenuhi kualitas dan dapat memuaskan pelanggan (Efendi, 2007)

Semakin majunya perkembangan untuk mendapatkan informasi-informasi yang penting, terutama bagi konsumen untuk mengetahui informasi-informasi yang pasti dari sebuah produk yang ingin dikonsumsi. Oleh karena itu berdasarkan dari fenomena dan gejala yang ada, maka judul penelitian adalah **“Penentuan Informasi Mengenai Rantai Pasok Pada Website Kartika Sari Menggunakan *Quality Function Deployment (QFD)*”**.

1.3 Perumusan Masalah

Industri makanan pada saat ini sudah mulai berkembang dan semakin banyak, lalu pada industri *bakery* pun ikut berkembang dan maju, dengan ditandai oleh banyaknya toko *bakery* yang bermunculan di banyak kota di Indonesia terutama di kota Bandung. Adanya perkembangan teknologi saat ini perlu adanya pemberian informasi rantai pasok perusahaan yang dapat memudahkan para konsumen untuk mengetahui informasi-informasi mengenai produk-produk yang ada hanya dengan melalui website saja. Saat ini web yang dimiliki *bakery* Kartika Sari belum terdapat informasi rantai pasok, yang sebenarnya dibutuhkan oleh para konsumen untuk dapat mencari informasi mengenai produk-produk yang ada pada *bakery* Kartika Sari dan juga untuk mengetahui informasi ke halalan produk-produk yang ditawarkan oleh *bakery* Kartika Sari dengan mudah dan cepat.

Untuk dapat mengetahui informasi rantai pasok apa saja yang dibutuhkan atau diperlukan, menggunakan SCOR yang dimana SCOR dapat membantu menghasilkan karakteristik yang dibutuhkan. Lalu *QFD (Quality Function Deployment)* dapat membantu mengidentifikasi apa saja keinginan dan kebutuhan pelanggan, untuk memudahkan pelanggan atau konsumen mendapatkan informasi dari sebuah perusahaan atau industri.

Pandangan dari *customer requirement* sangatlah dibutuhkan untuk mengetahui keinginan, kebutuhan apa yang konsumen harapkan dan sebagai masukan bagi sebuah industri atau perusahaan untuk menjadikan para

konsumen percaya dan merasa aman dalam mengkonsumsi atau membeli suatu produk terutama produk *bakery* Kartika Sari.

1.4 Pertanyaan Penelitian

Sesuai dengan isi literature review *Quality Function Deployment* (QFD) adalah adalah suatu proses untuk menentukan kebutuhan pelanggan (“keinginan”) pelanggan dan menerjemahkannya ke dalam atribut (“bagaimana”) yang dapat dimengerti dan dilakukan oleh setiap area fungsional menurut Heizer dan Render (2015: 184). Dengan demikian pertanyaan penelitian berdasarkan permasalahan diatas maka muncul pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Apa saja kebutuhan yang diinginkan oleh para konsumen terhadap website informasi rantai pasok pada produk *bakery* halal Kartika Sari?
2. Apa saja karakteristik informasi rantai pasok pada *bakery* halal Kartika Sari menurut pendapat *manager* toko *bakery* Kartika Sari berdasarkan *customer requirment*?
3. Apa saja karakteristik operasional informasi rantai pasok yang menjadi prioritas menurut *customer requirement* dan *manager* toko *bakery* Kartika Sari berdasarkan bobot *matrix* ?

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai pada penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui kebutuhan yang diinginkan konsumen pada webiste informasi rantai pasok untuk *bakery* halal Kartika Sari
2. Untuk mengetahui karakteristik informasi rantai pasok *bakery* halal Kartika Sari menurut *manager* toko *bakery* Kartika Sari berdasarkan data *customer requirement*

3. Untuk mengetahui karakteristik operasional informasi rantai pasok yang menjadi prioritas menurut *customer requirement* dan *manager* toko *bakery* Kartika Sari berdasarkan bobot *matrix*

1.6 Manfaat Penelitian

Hasil dari studi empiris yang dilakukan oleh peneliti ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

Bagi akademisi :

1. Memberikan tambahan ilmu pengetahuan mengenai penerapan adanya penerapan informasi rantai pasok pada dibidang industri *bakery* halal.
2. Membuat penelitian yang sebelumnya belum ada, terutama berkaitan dengan kajian diatas.

Bagi praktisi :

Memberikan informasi yang cukup dan berarti bagi perusahaan dan konsumen, sehingga nantinya dapat dipergunakan sebagai bahan pertimbangan dalam penentuan dasar kebijakan.

Bagi bisnis :

Memberikan nilai tambah bagi perusahaan dibandingkan dengan perusahaan lain yang tidak ada penerapan informasi rantai pasok dan akan lebih terbuka lagi untuk konsumen mendapatkan informasi rantai pasok.

1.7 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian yang dilakukan mengenai penentuan karakteristik informasi rantai pasok yang dilakukan di kota Bandung, dan penelitian ini mengenai penilaian konsumen pada suatu produk, yaitu produk *bakery*. Penelitian ini dikhususkan untuk meneliti informasi rantai pasok pada industri *bakery* halal Kartika Sari dengan melakukan pendekatan *QFD* (*Quality Function*

Deployment) dengan variabel SCOR yang didapatkan dari *customer requirement* yang masih belum ada atau diterapkan di Indonesia.

Pada penelitian ini mengambil sample dari responden yang dimana responden pernah membeli produk *bakery* halal Kartika Sari. Dengan memakai data dari *customer requirement* langsung, akan memberikan informasi yang lebih valid tentang apa yang dibutuhkan oleh para konsumen mengenai produk *bakery* Kartika Sari yang sering dibeli konsumen. Dilihat dari penjelasan tersebut *bakery* halal Kartika Sari nantinya akan lebih dimengerti oleh konsumen mengenai informasi-informasi dan pandangan terhadap produk yang bersangkutan.

1.8 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Penulisan ini dibagi menjadi 5 (lima) Bab, dimana untuk setiap bab terdapat beberapa sub-bab, yaitu :

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini akan diuraikan mengenai pendahuluan yang berisikan latar belakang masalah, perumusan masalah, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian dan sistematika penulisan tugas akhir penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini akan dibahas mengenai pendekatan dan definisi, *management operation*, *supply chain management*, informasi rantai pasok dan teori-teori yang dapat mendukung konsep pengukuran *supply chain management*.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini dibahas mengenai obyek penelitian, jenis dan sumber data, sesuai dengan langkah-langkah operasional yang dihadapi.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini dibahas tentang temuan yang diperoleh dari analisis *customer requirement bakery* Kartika Sari dan kemudian dianalisis.

BAB V SIMPULAN, KETERBATASAN DAN IMPLIKASI

Dalam bab ini berisi simpulan dari hasil penelitian, keterbatasan yang dihadapi penulis selama penelitian dan implikasi secara teoritis maupun praktis dari hasil penelitian ini.