

## BAB I

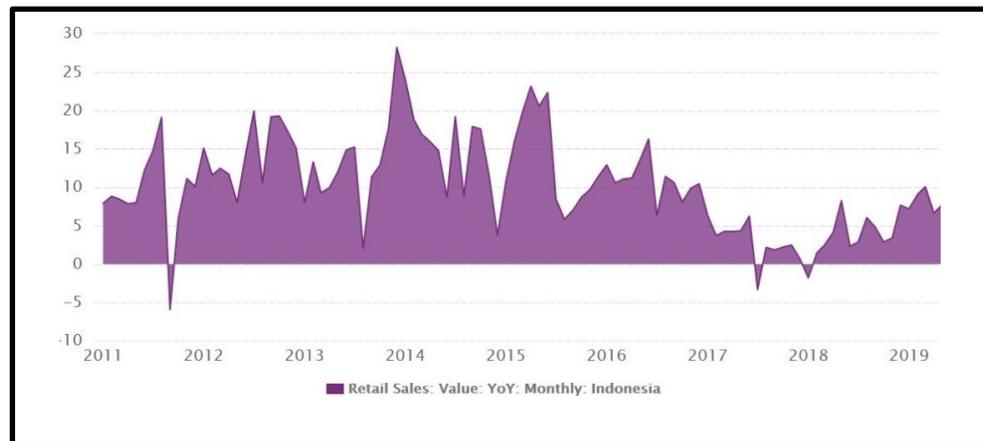
### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang Masalah

*Supply chain management* (SCM) adalah suatu pendekatan yang didalamnya terdapat proses integrasi antara pemasok, pabrikan atau *manufacturer*, *warehouse* atau pengelola gudang dan toko yang dilakukan secara efisien sehingga nantinya produk yang dihasilkan dan yang akan didistribusikan sesuai dengan kuantitas, lokasi, dan waktu yang diinginkan sekaligus untuk meminimalkan biaya-biaya sehingga mampu meningkatkan proses pelayanan (Simchi-Levi , 2002). Menurut Indrajit dan Djokopranoto (2003) “terdapat lima pelaku utama yang terlibat di dalam proses *supply chain* itu sendiri, yakni: *Supplier*, *Manufacturer*, *Wholesaler*, *Retail*, dan *Customer*”.

Dari kelima pelaku utama didalam proses *supply chain* tersebut, yang menjadi fokus dari penelitian ini adalah para pelaku ritel (*retail*). Berdasarkan data yang dihimpit oleh Asosiasi Pengusaha Ritel Indonesia, pada tahun 2016 pertumbuhan bisnis ritel mampu mencapai angka Rp 205 triliun, kemudian pada tahun 2017 bisnis ritel mencapai nilai Rp 212 triliun dan terakhir pada tahun 2018, bisnis ritel mampu mencapai angka Rp 233 triliun. Meskipun pada tahun 2017 bisnis ritel hanya mampu mencapai pertumbuhan sebanyak 3,7% namun Ketua Asosiasi Pengusaha Ritel Indonesia yakin bahwa pada tahun 2019, industri ritel Indonesia akan tumbuh sebanyak 10%. ([www.qaswa.id](http://www.qaswa.id),2019).

Pernyataan Ketua Asosiasi Pengusaha Ritel Indonesia tersebut didukung oleh data terkait tingkat perkembangan ritel di Indonesia sebagai berikut:



**Gambar 1.1 Perkembangan Ritel di Indonesia**

Sumber: [www.ceicdata.com](http://www.ceicdata.com), 2019

Gambar 1.1 menjelaskan tentang grafik perkembangan ritel yang ada di Indonesia. Dari rentang tahun 2011 hingga tahun 2019 perkembangan ritel di Indonesia mengalami fluktuasi, untuk tahun 2011 hingga 2016, ritel masih menunjukkan perkembangan usahanya yang pesat. Hingga memasuki rentang tahun 2017 sampai 2019, fluktuasi ritel masih menunjukkan peningkatan walaupun tidak setajam tahun-tahun sebelumnya. Sehingga seiring dengan perkembangan industri ritel di Indonesia pada tahun 2019 dan mungkin akan terjadi pada tahun-tahun berikutnya, muncul suatu masalah yang harus diselesaikan oleh para pelaku ritel khususnya bagi pelaku ritel yang berjenis *Product Retailing*. Masalah tersebut terkait *waste* atau sampah yang muncul akibat aktivitas yang dijalankan oleh para pelaku ritel. Sampah atau *waste* tersebut dapat muncul karena berbagai hal seperti rusaknya produk baik dikarenakan kesalahan dari pihak internal maupun eksternal ritel, peramalan yang kurang tepat terkait penjualan produk sehingga meleset dari keadaan aktual, penentuan persediaan yang tidak sesuai, manajemen mutu yang buruk, *returns management* yang belum dikelola secara efektif dan efisien, dan terkait masalah pengelolaan sampah hasil proses produksi.

Sehubungan dengan permasalahan sampah diatas, saat ini sampah menjadi perhatian serius bagi para pelaku industri. Pelaku industri dituntut oleh pemerintah untuk lebih peduli terhadap pengelolaan limbah atau sampah yang dihasilkan oleh proses produksinya atau dengan kata lain perusahaan harus mampu menerapkan *Triple Bottom Line* atau 3P. Menurut Elkington (1998), *Triple Bottom Line* adalah sebuah konsep yang mengukur kinerja perusahaan dengan melihat kemampuan perusahaan dalam menghasilkan profit, kepedulian perusahaan terhadap lingkungan social sekitarnya dan juga terkait kepedulian perusahaan terhadap kelestarian lingkungan (*People-Planet Profit*). Hal tersebut dilakukan untuk membantu pelaku industri agar lebih peduli terhadap lingkungan di sekitarnya baik terkait lingkungan sosial maupun lingkungan hidup, selain fokus pada mendapatkan profit perusahaan yang maksimal.

Alasan lain pemerintah menuntut penerapan *Triple Bottom Line* bagi para pelaku industri dikarenakan jumlah sampah nasional menurut Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK) pada tahun 2019 mencapai 64 juta ton per tahun, dengan komposisi yang terdiri dari 50% sampah sisa makanan dan sisa tumbuhan, 15% sampah plastik, 10% sampah kertas dan sisa sampah lainnya yakni logam, karet, kain, kaca dan sebagainya ([www.ppid.menlhk.go.id](http://www.ppid.menlhk.go.id),2019).

Menurut Perwakilan Badan Pangan dan Pertanian Perserikatan Bangsa-Bangsa (FAO) Indonesia tahun 2019, jumlah sampah makanan di Indonesia mencapai 13 juta ton setiap harinya. Sampah makanan ini kebanyakan berasal dari ritel, katering, dan restoran ([www.ayobandung.com](http://www.ayobandung.com),2019).

Jenis sampah yang paling banyak dihasilkan oleh industri ritel adalah sampah sisa bahan makanan yang sudah busuk seperti sayur-sayuran, buah-buahan, daging, dan ikan. Selain itu, jumlah sampah plastik yang berasal dari bekas kemasan makanan juga menjadi jenis sampah yang paling banyak dihasilkan oleh industri ritel. Masalah ini diperparah dengan pola pikir kita yang mengatakah bahwa sampah makanan tersebut bersifat *biodegradeable* yang artinya mudah terurai secara alami. Namun, perlu diketahui bahwa sampah makanan untuk dapat

terurai secara alami membutuhkan waktu selama lima hingga tujuh hari. Maka jika jumlah sampah makanan setiap harinya meningkat mengakibatkan proses penguraian juga akan berjalan lebih lama dan tidak maksimal.

Sampah makanan yang berasal dari ritel salah satunya berasal dari produk *fresh food* yang tidak laku dan akhirnya dibuang karena produk sudah rusak atau cacat. *Fresh food* memang memiliki umur ketahanan produk relatif singkat dibandingkan dengan produk konsumsi lainnya, hal tersebut kemudian diperparah dengan tingkat penjualan dari produk yang tidak menentu. Sehingga dari penjabaran permasalahan tersebut, penulis melakukan penelitian dengan maksud ingin memberikan sebuah solusi. Salah satu solusi tersebut melalui usulan rancangan dari aktivitas *reverse logistics*.

Sebelumnya, *reverse logistics* bukan menjadi hal baru lagi didalam dunia bisnis saat ini, telah banyak perusahaan-perusahaan di dunia yang telah menerapkan *reverse logistics* sebagai bentuk perhatian mereka untuk menjalankan bisnis yang ramah lingkungan. Menurut Jayaraman dkk (2000), *reverse logistics* adalah aliran produk yang dikembalikan ke manufaktur dengan tujuan untuk diperbaiki atau didaur ulang. Rumitnya penerapan *reverse logistics* juga mampu memberikan peluang dengan meningkatnya biaya operasional perusahaan (Trebilcock, 2001). Walaupun begitu, jika *reverse logistics* mampu dikelola dengan efektif dan efisien oleh perusahaan maka juga akan memberikan peluang nilai ekonomi yang didapatkan dari pemanfaatan dari barang retur melalui proses perbaikan atau pabrikasi ulang sehingga dapat dijual kembali (Stock, 2001).

Penerapan dari *reverse logistics* dalam penelitian ini tidak melakukan proses perbaikan pada *product end-of-life* atau pada produk cacat yang dikembalikan oleh pelanggan sebagaimana dalam esensi dari *reverse logistics*. Namun, *reverse logistics* dalam penelitian ini dimaksudkan untuk mengolah *fresh food* yang akan mendekati masa *expired* atau sebelum menjadi *broken stock* untuk diolah menjadi produk *ready to eat* dengan harapan mampu mengurangi jumlah sampah yang dihasilkan akibat *fresh food* tersebut tidak laku terjual dan juga diharapkan

mampu menciptakan nilai tambah bagi *fresh food* yang mendekati masa *expired* yang diolah menjadi produk *ready to eat* sehingga memberikan *benefits* kepada pelaku ritel dan pelanggan. Proses *reverse logistics* ini dimulai dari proses *product acquisition and gate keeping fresh food* yang mendekati masa *expired*, kemudian proses *collection*, lalu proses *inspection and sorting*, kemudian proses *disposition*. Proses *disposition* dalam mengolah *fresh food* yang mendekati masa *expired* untuk diubah menjadi produk *ready to eat* adalah *reuse* dan *repairing*. Kemudian yang terakhir adalah proses *redistribution* yakni menjual produk *ready to eat* hasil olahan *fresh food* tersebut ke pelanggan.

Sebelumnya telah dijelaskan bahwa usulan rancangan aktivitas *reverse logistics* ini selain diharapkan untuk dapat mengurangi jumlah sampah yang dihasilkan, juga diharapkan mampu menciptakan nilai tambah dari produk daging ayam, sayur, dan buah yang mendekati masa *expired*. Sehingga untuk menunjang hal tersebut, penulis menggunakan perhitungan nilai tambah produk dengan cara *Hayami* untuk mengetahui tingkatan nilai tambah dari hasil olahan produk daging ayam, sayur, dan buah yang mendekati masa *expired* yang diolah menjadi produk *ready to eat*. Perhitungan nilai tambah produk ini dilakukan untuk menunjang salah satu dari empat motif utama dari diadakannya *reverse logistics* dalam sebuah industri yakni *economic benefits*. Menurut Andel (1997), pemulihan dari produk untuk *remanufacturing*, *repair*, *reconfiguration*, atau *recycling disposition* yang tepat dapat menyebabkan peluang bisnis yang menguntungkan. Sehingga untuk membuktikan proses *repairing fresh food* menjadi produk *ready to eat* menjadi peluang bisnis yang menguntungkan bagi pihak ritel, penulis menggunakan perhitungan nilai tambah produk dengan cara *Hayami*. Perhitungan nilai tambah produk dengan cara *Hayami* ini bertujuan untuk mengetahui keuntungan serta biaya yang harus dikeluarkan oleh pihak ritel untuk mengolah *fresh food* yang mendekati masa *expired* menjadi produk *ready to eat* sehingga diharapkan mampu mendukung motif *economic benefits* dalam rancangan aktivitas *reverse logistics* dalam industri ritel. Selain itu, perhitungan nilai tambah dengan cara *Hayami* ini juga memberikan informasi terkait tingkatan nilai tambah yang didapatkan dari

hasil mengolah suatu produk yang berguna bagi pelaku industri untuk menentukan proses pengolahan produk tersebut harus dilakukan dalam jangka waktu yang lama atau tidak.

Dalam mendukung proses penelitian, penulis memilih Giant Ekstra Rajawali Surabaya sebagai objek penelitian dari rancangan aktivitas *reverse logistics* pada usaha ritel. Hal ini dikarenakan Giant adalah salah satu pelaku ritel yang masih berjaya di Indonesia, dengan 139 gerai yang tersebar di kepulauan nusantara sehingga peluang ritel tersebut menghasilkan jumlah sampah makanan bagi Indonesia juga semakin besar. Selain itu Giant Ekstra Rajawali Surabaya juga banyak menghasilkan sampah dari daging ayam, sayur dan buah karena ketiga produk tersebut merupakan *fresh food* dari Giant Ekstra Rajawali Surabaya yang dalam penanganannya agar tidak menjadi *broken stock*, pihak Giant hanya menerapkan diskon atau potongan harga pada produk tersebut. Hal tersebut juga diperparah karena ketiga *fresh food* tersebut tidak bisa dikembalikan kepada *supplier* jika produk tersebut sudah kadaluwarsa seperti pada beberapa produk *grocery* yang lain dan juga sistem pembayaran yang dilakukan oleh pihak Giant dengan *suppliers* berdasarkan kuantitas *fresh food* yang dikirim oleh *supplier*, bukan ada kuantitas *fresh food* yang terjual di *display* toko Giant sehingga Giant yang harus menerima kerugian jika *fresh food* tersebut tidak laku terjual dan berakhir menjadi sampah. Alasan selanjutnya karena Giant yang berlokasi di Jalan Rajawali Surabaya berkonsep Giant Ekstra, sehingga varian jenis *fresh food* terutama produk daging ayam, sayur, dan buah lebih beragam daripada di gerai-gerai Giant yang lain. Hal ini menjadikan peluang bagi Giant Ekstra Rajawali Surabaya untuk menghasilkan sampah dari produk daging ayam, sayur, dan buah yang lebih besar dibandingkan gerai Giant yang lain. Alasan terakhir adalah Giant Ekstra Rajawali Surabaya belum memiliki fasilitas untuk mengolah sampah dari produk daging ayam, sayur, dan buah tersebut. Pihak Giant hanya memiliki mesing pemotong untuk memotong sampah daging ayam, sayur, dan buah tersebut menjadi potongan-potongan yang lebih kecil tanpa ada proses pengolahan

lebih lanjut dan kemudian dibuang di Tempat Pembuangan Akhir milik Pemerintah Kota Surabaya yang berlokasi di Benowo.

Penelitian ini akan berfokus pada pengolahan *fresh food* yakni daging ayam, sayur, dan buah Giant yang mendekati masa *expired* untuk diolah menjadi produk *ready to eat* agar mengurangi peluang ketiga *fresh food* tersebut menjadi *broken stock* dan berakhir menjadi sampah yang merugikan serta mampu menciptakan peluang bisnis baru bagi pihak ritel. Hal ini bertujuan untuk penerapan dari *triple bottom line* yang tidak hanya berfokus pada perolehan *profit* semata, namun juga menciptakan konsep perusahaan yang berwawasan lingkungan pada sebuah industri.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang yang telah dijabarkan oleh penulis maka rumusan masalah yang menjadi inti dari penelitian ini adalah:

1. Bagaimana merancang aktivitas *reverse logistics* dalam pengolahan *fresh food* yang mendekati masa *expired*?
2. Bagaimana menghitung dan menciptakan nilai tambah dengan mengolah *fresh food* menjadi produk *ready to eat* menggunakan cara *Hayami*?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pemaparan rumusan masalah yang telah disebutkan oleh penulis maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk merancang aktivitas *reverse logistics* dalam pengolahan *fresh food* yang mendekati masa *expired*.
2. Untuk menghitung dan menciptakan nilai tambah dengan mengolah *fresh food* menjadi produk *ready to eat* menggunakan cara *Hayami*.

#### 1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini ditujukan kepada beberapa pihak yakni:

1. Bagi pihak Giant Ekstra Rajawali Surabaya, memberikan usulan rancangan aktivitas *reverse logistics* pada *fresh food* sehingga mampu menciptakan nilai tambah produk. Selain itu, memberikan gambaran perhitungan penciptaan nilai tambah dengan mengolah *fresh food* yang mendekati masa *expired* menjadi produk *ready to eat* menggunakan cara *Hayami*.
2. Bagi pihak universitas, sebagai referensi tambahan terkait ilmu manajemen operasi khususnya terkait aktivitas *reverse logistics* pada industri ritel untuk penciptaan nilai tambah suatu produk serta gambaran perhitungan nilai tambah produk menggunakan cara *Hayami* yang nantinya akan disempurnakan kembali oleh para peneliti di generasi mendatang pada industri yang berbeda.
3. Bagi peneliti, sebagai bentuk implementasi dari ilmu manajemen yang selama ini telah didapatkan dari bangku perkuliahan khususnya ilmu manajemen operasi dan memberikan wawasan baru terkait aktivitas *reverse logistics* yang dapat digunakan dalam membantu menciptakan nilai tambah suatu produk serta memberikan wawasan baru terkait perhitungan nilai tambah produk menggunakan cara *Hayami*.

#### 1.5 Sistematika Penulisan

Dalam penelitian ini terbagi menjadi lima bab yang saling berkaitan atau berkesinambungan. Adapun sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini berisi tentang latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penulisan dari penelitian ini.

## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini berisi tentang landasan teori yang dijadikan sebagai pedoman dalam melaksanakan penelitian khususnya teori tentang *supply chain management*, logistik, ritel, *reverse logistics*, *supply chain operation preference* (SCOR) dan perhitungan nilai tambah produk menggunakan cara *Hayami*. Selain itu, bab ini juga berisi ringkasan terkait penelitian terdahulu tentang penerapan *reverse logistics* di industri yang lain dan juga kerangka berpikir yang berisi penjabaran lebih lanjut terkait permasalahan dalam penelitian ini.

## **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini berisi metodologi yang digunakan penulis selama melakukan penelitian yakni: pendekatan penelitian yang digunakan, ruang lingkup penelitian, jenis dan sumber data yang diperlukan selama penelitian, serta prosedur pengumpulan data yang digunakan dan teknik analisis.

## **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi tentang gambaran umum terkait perusahaan yang menjadi objek penelitian, deskripsi hasil penelitian sekaligus pembahasan masalah penelitian.

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian serta saran bagi Giant Ekstra Rajawali Surabaya sekaligus untuk penelitian mendatang terkait usulan rancangan *reverse logistics* pada suatu industri lainnya.