

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri makanan dan minuman merupakan salah satu industri yang sangat berkembang pesat di Indonesia. Industri makanan dan minuman memiliki kontribusi pada Produk Domestik Bruto (PDB) non migas di atas 35 persen. Menurut data BPS (2017) pada pertumbuhan industri makanan dan minuman pada tahun 2017 mencapai sebesar 9,23 persen, mengalami peningkatan dibandingkan dengan tahun 2016 sebesar 8,46 persen.

Industri kopi adalah salah satu industri olah pangan yang dapat dikategorikan dalam industri makanan dan minuman. Industri yang berhubungan dengan kopi ini sangat diminati oleh pengusaha untuk memulai mencoba peruntungan dengan merintis usaha kedai kopi, karena *demand* yang ada di masyarakat cukup besar dan terus berkembang dengan pesat. Fenomena industri tersebut disebabkan oleh perubahan gaya hidup masyarakat Indonesia terutama generasi millennial menjadikan produk olahan kopi sebagai kebutuhan hidup sehari-hari dan juga seiring dengan semakin bertumbuhnya kelas menengah yang ada di Indonesia sehingga secara tidak langsung memberikan dampak positif secara signifikan dari hulu ke hilir mulai industri kopi, petani kopi serta pelaku usaha kedai kopi.

Melalui perkembangannya tersebut, Indonesia yang awalnya dikenal sebagai produsen kopi, perlahan berkembang menjadi negara konsumen kopi. Menurut data dari *Global Agricultural Information Network* menunjukkan tingkat konsumsi domestik di Indonesia pada periode 2019/2020 mencapai 294.000 ton atau meningkat sekitar 13,9% dibandingkan pada periode 2018/2019 yang mencapai 258.000 ton. Namun, pengembangan industri kopi masih perlu ditingkatkan lagi, karena konsumsi kopi masyarakat Indonesia hanya sekitar 1,4 kg

kopi per kapita, masih dibawah dari negara tetangga seperti Singapura 4 kg, Malaysia 5 kg, dan lain-lain.

Dengan semakin berkembangnya industri kopi di Indonesia, *Bebys Coffee* melihat suatu peluang usaha yang baik di industri tersebut. *Bebys Coffee* merupakan salah satu kedai kopi di daerah Kampus B Universitas Airlangga Surabaya yang menjual produk kopi sebagai salah satu menu utamanya. Kedai kopi ini menawarkan suasana kedai yang natural dan minimalis dengan aksesoris bambu yang alami.

Bebys Coffee sebagai salah satu kedai kopi yang bersaing dengan banyaknya kedai kopi yang ada di Surabaya perlu memiliki berbagai pendekatan dalam strategi bisnisnya. Salah satu hal yang menjadi persaingan dalam setiap kedai kopi yaitu kemampuan memberikan harga produk bersaing dengan kualitas produk yang baik. Untuk memberikan harga yang bersaing kepada para konsumen, maka kedai kopi harus mengurangi biaya yang ada. Contoh biaya tersebut adalah biaya produk yang dijual *supplier*, biaya pemesanan dan pengiriman, dan lainnya. Karena hal tersebut pemilihan *supplier* yang tepat merupakan hal yang penting untuk dilakukan.

Kualitas produk akan sangat dipengaruhi oleh kemampuan *supplier* dalam mengolah bahan baku biji kopi, karena hal tersebut akan mempengaruhi kualitas, aroma, rasa kopi dan berbagai aspek lain dari menu kopi yang akan disajikan di kedai kopi. Maka dari itu kemampuan *supplier* dalam hal ini perlu dipertimbangkan. Terdapat faktor lain yang terkait dengan kemampuan *supplier* seperti kemampuan dalam menyediakan biji kopi tepat waktu, kualitas kopi yang konsisten serta harga yang kompetitif. Pemilihan *supplier* ini merupakan kegiatan yang penting karena *supplier* tersebut akan memasok salah satu bahan baku utama dari menu utama yang ditawarkan oleh *Bebys Coffee* yaitu kopi susu, serta pihak *Bebys Coffee* ingin memiliki kerja sama jangka panjang dengan *supplier* untuk perbaikan kualitas, *lead time*, dan dalam rangka mengurangi biaya.

Dalam memenuhi kebutuhan akan ketersediaan biji kopi robusta, *Bebys Coffee* tentunya memiliki *supplier* yang dipercaya menjadi *partner* dalam bisnisnya. Terdapat 3 *supplier* yang dijadikan *partner* bisnis, yaitu *Under*

Construction Roastery, Marron by Casa (Casa Coffee), dan Kopi Pak Wo. Pemilihan *supplier* ini hanya berdasarkan dengan asas kepercayaan dan hubungan baik antara pemilik *Bebys Coffee* dengan *supplier*. Pemilik *Bebys Coffee* sebagai pengambil keputusan juga memilih berdasarkan *record* kerja *supplier* yang tidak didokumentasikan. Menurut pemilik *Bebys Coffee* terdapat beberapa permasalahan yang beberapa kali terjadi selama bekerja sama dengan *supplier*. Permasalahan pertama yang pernah dihadapi *Bebys Coffee* dengan *supplier* yaitu adanya biji kopi yang tidak sesuai dengan yang diinginkan seperti kecacatan pada biji kopi yang dapat merusak kualitas kopi itu sendiri. Permasalahan kedua yang pernah terjadi yaitu ketika *supplier* terlambat mengirim pesanan biji kopi sehingga dapat memungkinkan terjadinya produk yang *out of stock*. Dampak yang terjadi yaitu menyebabkan konsumen tidak jadi memesan produk yang diinginkan. Permasalahan ketiga yaitu *profile roasting supplier* biji kopi yang kurang memuaskan, dan berbagai permasalahan lainnya.

Menurut A.E. Cengiz dkk. (2017) pemilihan *supplier* merupakan suatu permasalahan *Multiple Criteria Decision Making* (MCDM) yang melibatkan beberapa kriteria yang perlu dipertimbangkan. Fungsi dari *Multiple Criteria Decision Making* (MCDM) yaitu melakukan penilaian dari berbagai kriteria yang didalamnya terdapat beberapa metode untuk membantu melakukan pembobotan serta penilaian dari setiap kriteria yang ada, sehingga dapat diketahui bahwa pemilihan *supplier* yang tepat merupakan suatu masalah yang kompleks karena setiap *supplier* memiliki kelebihan dan kelemahan masing-masing. Pebisnis dapat memilih *supplier* dengan tepat sesuai dengan apa yang diinginkan apabila pebisnis telah menentukan kriteria yang diinginkan. Apabila kriteria yang diinginkan lebih dari satu, maka dibutuhkan penilaian yang mendalam dalam melihat seberapa penting pengaruh masing-masing kriteria terhadap pengambilan keputusan memilih *supplier*. Kriteria sendiri merupakan ukuran, aturan ataupun standar. Untuk itu perlu adanya kriteria-kriteria pemilihan *supplier* yang dinamakan *Vendor Performance Indicator*. Identifikasi *performance* kinerja *supplier* menggunakan indikator tersebut akan memudahkan peneliti dalam menentukan kriteria-kriteria untuk memutuskan *supplier* mana yang terbaik.

Pada penelitian ini metode yang digunakan adalah *Analytic Network Process* (ANP) merupakan salah satu metode pengambilan keputusan dari MCDM yang dapat dipakai oleh *Bebys Coffee* dalam membantu mengambil keputusan melakukan pemilihan *supplier* biji kopi robusta. Alasan metode *Analytic Network Process* (ANP) dipilih dibandingkan dengan metode pemilihan *supplier* yang lain, karena dalam permasalahan ini, beberapa kriteria yang dimiliki akan saling ketergantungan atau *dependent*. Sebagai contoh adanya saling ketergantungan antar *cluster* dan kriteria dalam masalah ini adalah saling ketergantungan antara kualitas biji kopi dan harga biji kopi. Semakin baik kualitas biji kopi yang dihasilkan oleh *supplier* maka semakin mahal harga biji kopi yang dimiliki.

Dengan menggunakan metode *Analytic Network Process* (ANP), maka diharapkan *Bebys Coffee* dapat memilih *supplier* untuk jangka panjang yang terbaik dengan mempertimbangkan keterkaitan antar kriteria dan subkriteria yang ada secara objektif. *Supplier* terbaik yang terpilih pada penelitian ini diharapkan akan menjadi pertimbangan *Bebys Coffee* dalam bekerja sama dengan baik dan berjangka panjang untuk meningkatkan penjualan, kepuasan, dan kualitas produk *Bebys Coffee*.

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan yang ada pada *Bebys Coffee*, maka penulis mengambil judul penelitian “Analisis Pemilihan *Supplier* Biji Kopi Robusta Dengan Kriteria *Vendor Performance Indicator* dan Metode *Analytic Network Process* Pada *Bebys Coffee*”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan pada latar belakang di atas, maka dapat di rumuskan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apa saja *cluster* dan kriteria kinerja *supplier* pada *Bebys Coffee* yang dihasilkan berdasarkan pendekatan *Vendor Performance Indicator* (VPI)?
2. Bagaimana pemilihan *supplier* biji kopi robusta yang tepat dengan menggunakan metode *Analytic Network Process* pada *Bebys Coffee*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka dapat diketahui tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui *cluster* dan kriteria kinerja *supplier* pada *Bebys Coffee* yang dihasilkan berdasarkan pendekatan *Vendor Performance Indicator* (VPI).
2. Untuk mengetahui pemilihan *supplier* biji kopi robusta yang tepat dengan menggunakan metode *Analytic Network Process* pada *Bebys Coffee*.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang didapatkan dalam melakukan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Penulis
Dapat menambah ilmu pengetahuan mengenai teori yang terkait dalam penelitian ini, dapat menerapkan teori yang telah didapat selama proses perkuliahan, dan menerapkan pada permasalahan yang ada pada *Bebys Coffee*.
2. Bagi *Bebys Coffee*
Diharapkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti dapat menjadi bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan ketika hendak memilih *supplier* biji kopi robusta yang terbaik dan menjadi solusi atas permasalahan yang sedang dihadapi oleh *Bebys Coffee*.
3. Bagi Masyarakat dan Pembaca
Diharapkan dapat berbagi ilmu pengetahuan apabila ada permasalahan yang sama yang sedang dihadapi oleh masyarakat dan pembaca, berbagi pengalaman dalam melakukan penelitian, dan memberikan informasi tambahan untuk penelitian yang akan datang.

1.5 Sistematika Penulisan

Penulisan skripsi dibagi ke dalam lima bab yang disusun secara sistematis, sebagai berikut:

BAB 1 : PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari latar belakang yang mendorong dilakukannya penelitian ini. Rumusan masalah memberikan gambaran mengenai permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini serta tujuan, manfaat penelitian, dan sistematika laporan penelitian.

BAB 2 : TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini menjelaskan mengenai teori-teori dasar yang didapatkan dari berbagai macam sumber literatur. Teori dasar ini berhubungan dengan analisis masalah yaitu teori industri kopi, teori industri *coffee shop*, *supply chain management*, manajemen pengadaan, pemilihan *supplier*, teori MCDM, dan metode ANP yang mendasari penelitian yang dilakukan agar dapat memudahkan dalam memahami isi dari penelitian. Terdapat juga tentang penelitian terdahulu, *research question*, dan kerangka berpikir untuk melaksanakan penelitian ini.

BAB 3 : METODE PENELITIAN

Dalam bab ini memuat secara terperinci mengenai pendekatan yang digunakan dalam penelitian, batasan penelitian, jenis dan sumber data, proses pengumpulan data, triangulasi, teknik analisis yang digunakan dan tahapan yang digunakan untuk menyelesaikan rumusan masalah dalam penelitian secara sistematis.

BAB 4 : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan secara singkat tentang sejarah perusahaan dan profil perusahaan. Selain itu bab ini juga berisikan mengenai data-data hasil pengamatan di lapangan, hasil wawancara, dan hasil analisis yang dilakukan berdasarkan data-data yang telah dikumpulkan oleh penulis.

BAB 5 : KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini berisikan mengenai kesimpulan dari penelitian yang dilakukan berdasarkan pembahasan sesuai dengan teori-teori dan pemberian saran oleh penulis berdasarkan permasalahan yang dihadapi.