



Manajemen Rantai Pasok Bakso Ikan Swaggi Di PT ILM

Supply Chain Management Of Swaggi Fish Balls At PT ILM

Selvi Sukma Ayu, Prayoto, Dimas Bayu Sasongko

Agribisnis Perikanan, Politeknik Kelautan dan Perikanan Sidoarjo

*Email: selvisukmaayu143@gmail.com

Article history: Submitted: February 24, 2025| Revised: March 26, 2025| Accepted: April 16, 2025

Abstrak

Manajemen rantai pasok merupakan aspek penting dalam keberhasilan perusahaan, termasuk dalam industri makanan seperti bakso ikan swaggi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis komponen utama dalam manajemen rantai pasok PT. ILM, yang meliputi aliran penerimaan bahan baku, proses produksi, pemasaran, pengiriman dan konsumen. Dalam konteks ini, konsumen yang setia menjadi fokus utama, di mana kepuasan konsumen berperan penting dalam meningkatkan pendapatan perusahaan. Perusahaan telah memperluas jangkauannya ke berbagai kota di Indonesia dengan strategi pemasaran yang tersegmentasi, yang memungkinkan penyesuaian terhadap kebutuhan spesifik pelanggan. Aliran informasi dalam rantai pasok ini terdiri dari dua arah, yaitu dari hulu ke hilir dan sebaliknya, yang mencakup produk, informasi, dan keuangan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih dalam mengenai manajemen rantai pasok dalam industri bakso ikan.

Kata Kunci: Rantai pasok, manajemen, bakso ikan.

Abstract

Supply chain management is an important aspect in the success of a company, including in the food industry such as swaggi fishballs. This study aims to analyze the main components in PT. ILM's supply chain management, which includes the flow of raw material receipts, production processes, marketing, shipping and consumers. In this context, loyal consumers are the main focus, where consumer satisfaction plays an important role in increasing the company's revenue. The company has expanded its marketing reach to various cities in Indonesia with a segmented marketing strategy, which allows for adjustments to specific customer needs. The flow of information in this supply chain consists of two directions, namely from upstream to downstream and vice versa, which includes products, information, and finance. This study is expected to provide deeper insight into supply chain management in the fishball industry.

Keywords: Supply chain, management, fishballs.

Pendahuluan

Dalam industri pengolahan bakso ikan, salah satu faktor penting dalam penentuan proses pengendalian mutu adalah rantai pasok (supply chain). Supply Chain Management (SCM) memainkan peran penting dalam industri manufaktur dan mencakup kegiatan utama, seperti perancangan produk, perencanaan produksi dan persediaan, proses produksi, pengiriman, serta pengadaan bahan baku atau material yang dibutuhkan oleh industri (Pujawan, 2010). Pengaturan aliran produk, informasi, dan keuangan dalam rantai pasok (supply chain) merupakan aspek krusial yang harus dirancang secara terintegrasi guna memastikan bahwa setiap mata rantai dapat berkontribusi optimal dalam menghasilkan produk yang tidak hanya layak jual, tetapi juga mampu memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen secara tepat waktu dan berkualitas. Setiap elemen dalam rantai pasok, mulai dari pemasok bahan baku hingga distributor akhir, perlu bekerja secara sinergis agar proses distribusi dan produksi

berjalan lancar serta bernilai tambah. Berdasarkan hal tersebut, sangat penting untuk memahami bagaimana penerapan manajemen rantai pasok dilakukan oleh PT. ILM. Salah satu cara mengintegrasikan proses produksi dari hulu ke hilir adalah dengan menerapkan supply chain management (SCM) memungkinkan pengelolaan aliran produk, informasi, dan keuangan secara terintegrasi mulai dari supplier hingga ke hilir yang melibatkan pabrik, distributor, dan jasa logistik (Pujawan dan Mahendrawati, 2017). Dengan memahami implementasi tersebut, dapat diidentifikasi sejauh mana efektivitas, efisiensi, dan profitabilitas aliran barang, informasi, serta dana yang terjadi di dalam perusahaan. Evaluasi ini juga akan membantu dalam merumuskan strategi peningkatan kinerja rantai pasok agar lebih adaptif terhadap dinamika pasar dan kebutuhan konsumen yang terus berkembang, sekaligus memberikan keuntungan yang optimal bagi seluruh pihak yang terlibat dalam rantai tersebut.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: Bagaimana alur manajemen rantai pasok produk bakso ikan swaggi yang di terapkan PT. ILM? Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah, maka tujuan penelitian ini adalah: Mengetahui alur manajemen rantai pasok bakso ikan yang diterapkan PT. ILM

Landasan Teori

Pengertian dan Tujuan SCM

Menurut Chopra dan Meindl (2007), manajemen rantai pasok (*supply chain*) adalah "Perancangan, pengelolaan, dan pengendalian rantai pasok yang melibatkan aliran barang, informasi, dan uang dari sumber daya mentah sampai produk akhir sampai ke tangan konsumen." Hal ini mencakup kegiatan yang melibatkan pemasok, produsen, distributor, pengecer, dan konsumen. Sedangkan menurut Christopher (2011) dalam bukunya, mendefinisikan manajemen rantai pasok (*supply chain*) sebagai "Menciptakan nilai yang lebih besar bagi pelanggan melalui aliran yang efisien dari produk dan informasi di seluruh rantai." Ini menyoroti pentingnya efisiensi dan fokus pada nilai bagi pelanggan. Aktivitas yang dilakukan dalam rantai pasok (*supply chain*) meliputi pembelian secara tradisional dan berbagai aktivitas penting lainnya yang berhubungan dengan pemasok dan distributor (Hayati, 2015).

Suntani, (2019) mendefinisikan rantai pasok sebagai hubungan antara arus produk, uang, dan informasi dari pemasok, produsen, distributor, gudang, dan pengecer ke konsumen akhir. Proses produksi yang lengkap, meliputi budidaya, pengolahan, distribusi, dan pemasaran ke pelanggan, disebut oleh Mahbubi Akhmad, (2015) sebagai rantai pasok. Griffin, (2002) yang mengatakan, Mengidentifinisikan manajemen sebagai sebuah proses perencanaan, pengorganisasian, pengkoordinasian, dan pengontrolan sumber daya untuk mencapai sasaran secara efektif dan efisien. Sehingga dapat mendistribusikan barang dan jasa pada waktu dan tempat yang tepat, dalam jumlah yang tepat (Walewangko, 2013).

Adapun tujuan menurut Simchi-Levi dan Kaminsky, (2015) yang mengatakan, untuk meningkatkan efisiensi dan meminimalisasi biaya pada seluruh sistem. Menurut Hadiguna, (2016) strategi secara efektif untuk menghubungkan pemasok, gudang, (distributor, pedagang, dan pengecer) sehingga barang diproduksi dan didistribusikan dalam jumlah yang tepat di lokasi dan waktu yang tepat untuk menurunkan biaya dan memenuhi kebutuhan pelanggan.

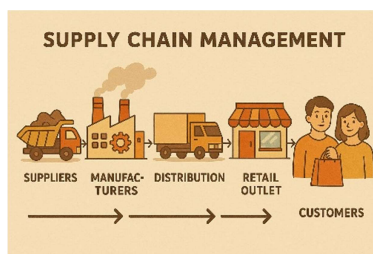


Komponen Utama SCM

Komponen Manajemen Rantai pasok (*supply chain*), menurut Siahaya, (2015) berpendapat bahwa *supply chain* management adalah proses pengintegrasian sumber usaha yang kompeten baik dalam maupun luar perusahaan seperti pemasok, pabrik atau manufaktur, Gudang, pengangkut, distributor, retailer dan konsumen. *Supply chain* management dalam hal ini dipakai untuk meningkatkan produktivitas seluruh perusahaan yang tergabung dalam aktivitas rantai pasok (*supply chain*) melalui optimalisasi kualitas dan waktu. Aktivitas dalam manajemen rantai pasok (*supply chain*) meliputi tiga hal, yaitu:

1. Rantai Pasok Hulu (*Upstream Supply Chain*), meliputi aktivitas-aktivitas dari suatu perusahaan manufaktur dengan para pemasoknya.
2. Rantai Pasok Internal (*Internal Supply Chain*), meliputi semua proses di dalam internal perusahaan. Dimana fokus utamanya adalah pada produksi, pengolahan dan pengendalian perusahaan.
3. Rantai Pasok Hilir (*Downstream Supply Chain*), meliputi seluruh aktivitas pendistribusian produk ke pelanggan akhir. Dimana perhatian utamanya adalah pada distribusi, pergudangan, transportasi dan pelayanan.

Secara sederhana pemain utama dalam proses SCM dapat digambarkan dibawah ini :

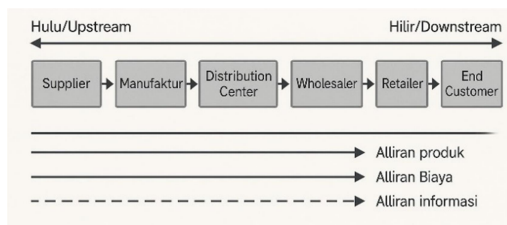


Gambar 1. Pemain Utama Proses SCM

Ada 3 macam hal yang harus dikelola dalam *supply chain* yaitu :

1. Pertama, aliran barang dari hulu ke hilir contohnya bahan baku yang dikirim dari supplier ke pabrik, setelah produksi selesai dikirim ke distributor, pengecer, kemudian ke pemakai akhir.
2. Kedua, aliran uang dan sejenisnya yang mengalir dari hilir ke hulu dan
3. Ketiga adalah aliran informasi yang bisa terjadi dari hulu ke hilir atau sebaliknya.

Secara sederhana sebuah model struktur *Supply Chain* dapat disederhanakan seperti nampak dalam Gambar dibawah ini:



Gambar 2. Model Struktur Supply Chain



Manfaat SCM

Secara umum penerapan konsep *Supply Chain Management* dalam perusahaan akan memberikan manfaat yaitu Jebarus, (2001) yaitu:

1. Kepuasan pelanggan. Konsumen atau pengguna produk merupakan target utama dari aktivitas proses produksi setiap produk yang dihasilkan perusahaan. Konsumen atau pengguna yang dimaksud dalam konteks ini tentunya konsumen yang setia dalam jangka waktu yang panjang. Untuk menjadikan konsumen setia, maka terlebih dahulu konsumen harus puas dengan pelayanan yang disampaikan oleh perusahaan.
2. Meningkatkan pendapatan. Semakin banyak konsumen yang setia dan menjadi mitra perusahaan berarti akan turut pula meningkatkan pendapatan perusahaan, sehingga produk-produk yang dihasilkan perusahaan tidak akan ‘terbuang’ percuma, karena diminati konsumen.
3. Menurunnya biaya. Pengintegrasian aliran produk dari perusahaan kepada konsumen akhir berarti pula mengurangi biaya-biaya pada jalur distribusi.
4. Pemanfaatan aset semakin tinggi. Aset terutama faktor manusia akan semakin terlatih dan terampil baik dari segi pengetahuan maupun keterampilan. Tenaga manusia akan mampu memberdayakan penggunaan teknologi tinggi sebagaimana yang dituntut dalam pelaksanaan *Supply Chain Management*.
5. Peningkatan laba. Dengan semakin meningkatnya jumlah konsumen yang setia dan menjadi pengguna produk, pada gilirannya akan meningkatkan laba perusahaan.
6. Perusahaan semakin besar. Perusahaan yang mendapat keuntungan dari segi proses distribusi produknya lambat laun akan menjadi besar, dan tumbuh lebih kuat.

Penelitian ini dilaksanakan di Kabupaten Sidoarjo pada bulan Maret – April 2025. Dengan penyajian metode deskriptif atau di kategorikan dalam metode penelitian kualitatif dengan menggunakan metode survei yaitu melihat secara langsung setiap alur proses rantai pasok yang berlangsung, menggambarkan, menjelaskan dan menginterpretasikan fenomena rantai pasok yang terjadi di PT. ILM dan data bersifat kualitatif, yaitu data yang digambarkan dengan kata atau kalimat menurut kategori untuk memperoleh suatu kesimpulan.

Metode

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis manajemen rantai pasok bakso ikan Swangi di PT ILM. Untuk mencapai tujuan tersebut, pendekatan yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan metode survei. Metode ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk memperoleh gambaran mendalam mengenai proses rantai pasok produk bakso ikan Swangi yang dilakukan oleh PT ILM, serta untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi efisiensi dan efektivitas manajemen rantai pasok tersebut.

Penelitian ini dilakukan di PT ILM, sebuah perusahaan yang memproduksi bakso ikan Swangi. PT ILM terletak di [alamat lengkap perusahaan], dan merupakan pusat produksi serta distribusi bakso ikan Swangi yang memiliki jaringan rantai pasok yang cukup luas. Waktu penelitian dilaksanakan pada periode [bulan dan tahun], dengan durasi selama [jumlah bulan] untuk mengumpulkan data yang diperlukan serta menganalisis proses manajemen rantai pasok dari awal hingga distribusi produk.



Subjek utama penelitian ini adalah seluruh sistem dan kegiatan yang terlibat dalam manajemen rantai pasok bakso ikan Swangi di PT ILM. Hal ini mencakup berbagai tahapan, mulai dari pengadaan bahan baku (ikan), proses produksi, pengemasan, distribusi, hingga pengiriman ke konsumen akhir. Informan yang terlibat dalam penelitian ini antara lain adalah manajer operasional, staf produksi, staf pengadaan bahan baku, staf logistik, serta pihak-pihak yang berhubungan dengan distribusi dan pemasaran produk.

Untuk mengumpulkan data yang relevan, penelitian ini menggunakan beberapa teknik pengumpulan data sebagai berikut:

Wawancara (Interview): Wawancara mendalam dilakukan dengan berbagai pihak yang terlibat dalam rantai pasok bakso ikan Swangi di PT ILM. Wawancara ini bertujuan untuk menggali informasi terkait dengan setiap tahapan dalam rantai pasok, mulai dari pengadaan bahan baku, produksi, hingga distribusi. Wawancara akan dilaksanakan dengan manajer dan staf yang berhubungan langsung dengan proses tersebut.

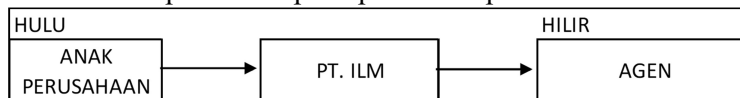
Observasi (Observation): Observasi dilakukan untuk memantau secara langsung kegiatan operasional yang terjadi di PT ILM, baik dalam proses produksi maupun distribusi. Melalui observasi ini, peneliti dapat memperoleh informasi tentang efisiensi alur kerja, penggunaan sumber daya, serta identifikasi potensi masalah dalam rantai pasok yang terjadi di lapangan.

Dokumentasi: Peneliti juga akan mengumpulkan dokumen-dokumen yang relevan, seperti laporan produksi, data pengadaan bahan baku, data distribusi produk, serta catatan keuangan yang berkaitan dengan rantai pasok. Dokumentasi ini memberikan data sekunder yang penting dalam memahami alur manajemen rantai pasok.

Setelah data terkumpul, analisis data dilakukan dengan menggunakan pendekatan analisis deskriptif kualitatif. Data yang diperoleh dari wawancara, observasi, dan dokumentasi akan dianalisis secara sistematis untuk menggambarkan alur dan proses manajemen rantai pasok bakso ikan Swangi di PT ILM.

Hasil dan Pembahasan

Rantai pasok produk bakso ikan Swangi mencerminkan alur proses yang terstruktur dari hulu hingga ke hilir, dimulai dari pengadaan bahan baku hingga produk siap dipasarkan perusahaan sampai dengan agen. Berikut ini merupakan konsep *supply chain manajemen* di PT. ILM dapat dilihat pada peta konsep dibawah ini:



Gambar 3. Peta Konsep SCM Bakso Ikan

Pada tahap hulu, pasokan utama ikan sebagai bahan baku berasal dari anak perusahaan PT. ILM Rembang yang berlokasi di wilayah Jawa Tengah. Anak perusahaan ini bertanggung jawab dalam proses awal, seperti pemotongan kepala ikan agar proses produksi berjalan dengan baik, dan telah menjalin kemitraan strategis dengan sejumlah pemasok lokal untuk memastikan kontinuitas pasokan. Kemitraan ini melibatkan kerja sama langsung dengan operator kapal penangkap ikan serta Tempat



Volume : 4**Nomor : 1****Bulan : January-June****Tahun : 2025****Halaman : 111-124**

Pelelangan Ikan (TPI), yang menjadi titik sentral pengumpulan hasil tangkapan laut. Berikut ini adalah salah satu contoh surat jaminan pasokan bahan baku ikan yang dikeluarkan oleh anak perusahaan ILM Rembang:

SURAT JAMINAN SUPPLIER

Yang bertanda tangan dibawah ini:


Nama Supplier : UD.DWI MANUNGGAL
 Alamat : TPI TASIK AGUNG
 RT04/RW02,KEC.REMBANG,KAB.REMBANG,PROV.JAWA
 TENGAH

Dengan ini memberikan surat jaminan kepada:

Perusahaan : PT.INDO LAUTAN MAKMUR REMBANG
 Alamat : JL RAYA SAWOCANGKRING NO 02 WONOAYU, SIDOARJO

Dengan ini menyatakan bahwasanya Supplier mengirimkan bahan baku ke PT.ILM Rembang memenuhi standar Perusahaan SNI SNI 2731.1:2010 yang tidak mengandung cemaran mikroba dan cemaran logam berat dan bahan- bahan kimia yang dilarang untuk menjaga kualitas bahan baku agar tetap sesuai standar.

Demikian surat jaminan supplier kami buat dengan sebenar-benarnya, untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Rembang, 20 Maret 2025
 Supplier


Gambar 4. Surat Jaminan Supplier

Sebagai bentuk komitmen terhadap kerja sama jangka panjang dan transparansi bisnis, pemasok diwajibkan untuk memberikan surat jaminan pasokan. Surat diatas berfungsi sebagai dokumen resmi yang menyatakan kesiapan dan tanggung jawab pemasok dalam memenuhi kebutuhan bahan baku sesuai dengan ketentuan yang telah disepakati.

Biasanya bahan baku ikan tiba di area pabrik pada malam hari guna mendukung kelancaran proses produksi yang dimulai sejak pagi hari. Setiap kedatangan bahan baku langsung disertai dengan prosedur pemeriksaan mutu secara menyeluruh proses ini dilakukan secara visual oleh tim Quality Control (QC) yang bekerja sama dengan Supervisor produksi. Hasil dari pemeriksaan diatas dicatat secara rinci dalam Form Penerimaan Bahan Baku, yang berisi informasi seperti waktu kedatangan bahan baku, nama dan identitas pemasok, jumlah atau volume bahan baku yang dikirim, hasil inspeksi mutu (lulus atau ditolak), tindakan yang diambil (diterima atau dikembalikan). Form ini juga dilengkapi dengan tanda tangan pihak QC dan Supervisor sebagai bentuk verifikasi dan tanggung jawab atas hasil pemeriksaan. Apabila ditemukan bahan baku yang tidak sesuai standar, maka bahan tersebut akan ditolak dan dikembalikan kepada pemasok dengan catatan evaluasi sebagai bagian dari sistem perbaikan berkelanjutan. Ketiga aspek ini menjadi indikator penting untuk menilai apakah ikan masih dalam kondisi segar sesuai standar mutu perusahaan. Untuk memastikan proses ini terdokumentasi dengan baik, seluruh aktivitas penerimaan bahan baku dicatat dalam Form Penerimaan Bahan Baku, yang mencakup informasi seperti waktu kedatangan, nama pemasok, jumlah bahan baku, hasil inspeksi mutu, dan tindakan yang diambil



terhadap bahan tersebut. Form penerimaan bahan baku dapat dilihat pada gambar berikut:

Penerimaan BB Januari														
No.	Tanggal	Proses	Monitoring											
			Jam	Kode Suplier	Jenis BB	Asal	Suhu (°C)	Aspek Organoleptik			Hasil (Kg)		Tindakan Koreksi	
								Bau	Warna	Bersih	Diterima	Ditolak		
1	02/01/2025	Penerimaan Bahan Baku	20.00	ILM RBG (BEKU)	Swaggi	Rembang	-19	√	√	√	5.078			
2	03/01/2025	Penerimaan Bahan Baku	20.00	ILM RBG (BEKU)	Swaggi	Rembang	-19	√	√	√	10.594			
3	04/01/2025	Penerimaan Bahan Baku	20.00	ILM RBG (BEKU)	Swaggi	Rembang	-19	√	√	√	8.977			
4	06/01/2025	Penerimaan Bahan Baku	20.00	ILM RBG (BEKU)	Swaggi	Rembang	-19	√	√	√	13.717			
5	07/01/2025	Penerimaan Bahan Baku	20.00	ILM RBG (BEKU)	Swaggi	Rembang	-19	√	√	√	11.058			
6	08/01/2025	Penerimaan Bahan Baku	20.00	ILM RBG (BEKU)	Swaggi	Rembang	-19	√	√	√	5.078			
7	09/01/2025	Penerimaan Bahan Baku	20.00	ILM RBG (BEKU)	Swaggi	Rembang	-19	√	√	√	8.114			
8	10/01/2025	Penerimaan Bahan Baku	20.00	ILM RBG (BEKU)	Swaggi	Rembang	-19	√	√	√	12.089			
9	11/01/2025	Penerimaan Bahan Baku	20.00	ILM RBG (BEKU)	Swaggi	Rembang	-19	√	√	√	9.305			
10	14/01/2025	Penerimaan Bahan Baku	20.00	ILM RBG (BEKU)	Swaggi	Rembang	-19	√	√	√	8.880			
11	17/01/2025	Penerimaan Bahan Baku	20.00	ILM RBG (BEKU)	Swaggi	Rembang	-19	√	√	√	9.292			
12	22/01/2025	Penerimaan Bahan Baku	20.00	ILM RBG (BEKU)	Swaggi	Rembang	-19	√	√	√	6.401			
13	24/01/2025	Penerimaan Bahan Baku	20.00	ILM RBG (BEKU)	Swaggi	Rembang	-19	√	√	√	4.640			
14	25/01/2025	Penerimaan Bahan Baku	20.00	ILM RBG (BEKU)	Swaggi	Rembang	-19	√	√	√	6.984			
15	30/01/2025	Penerimaan Bahan Baku	20.00	ILM RBG (BEKU)	Swaggi	Rembang	-19	√	√	√	8.847			
											TOTAL:	129.954		

Gambar 5. Penerimaan Bahan Baku Januari

Penerimaan BB Februari														
No.	Tanggal	Proses	Monitoring											
			Jam	Kode Suplier	Jenis BB	Asal	Suhu (°C)	Aspek Organoleptik			Hasil (Kg)		Tindakan Koreksi	
								Bau	Warna	Bersih	Diterima	Ditolak		
1	01/02/2025	Penerimaan Bahan Baku	20.00	ILM RBG (BEKU)	Swaggi	Rembang	-19	√	√	√	5.080			
2	03/02/2025	Penerimaan Bahan Baku	20.00	ILM RBG (BEKU)	Swaggi	Rembang	-19	√	√	√	2.310			
3	10/02/2025	Penerimaan Bahan Baku	20.00	ILM RBG (BEKU)	Swaggi	Rembang	-19	√	√	√	9.101			
4	11/02/2025	Penerimaan Bahan Baku	20.00	ILM RBG (BEKU)	Swaggi	Rembang	-19	√	√	√	13.705			
5	17/02/2025	Penerimaan Bahan Baku	20.00	ILM RBG (BEKU)	Swaggi	Rembang	-19	√	√	√	9.015			
6	27/02/2025	Penerimaan Bahan Baku	20.00	ILM RBG (BEKU)	Swaggi	Rembang	-19	√	√	√	4.625			
7	28/02/2025	Penerimaan Bahan Baku	20.00	ILM RBG (BEKU)	Swaggi	Rembang	-19	√	√	√	10.451			
											TOTAL:	65.945 Kg		

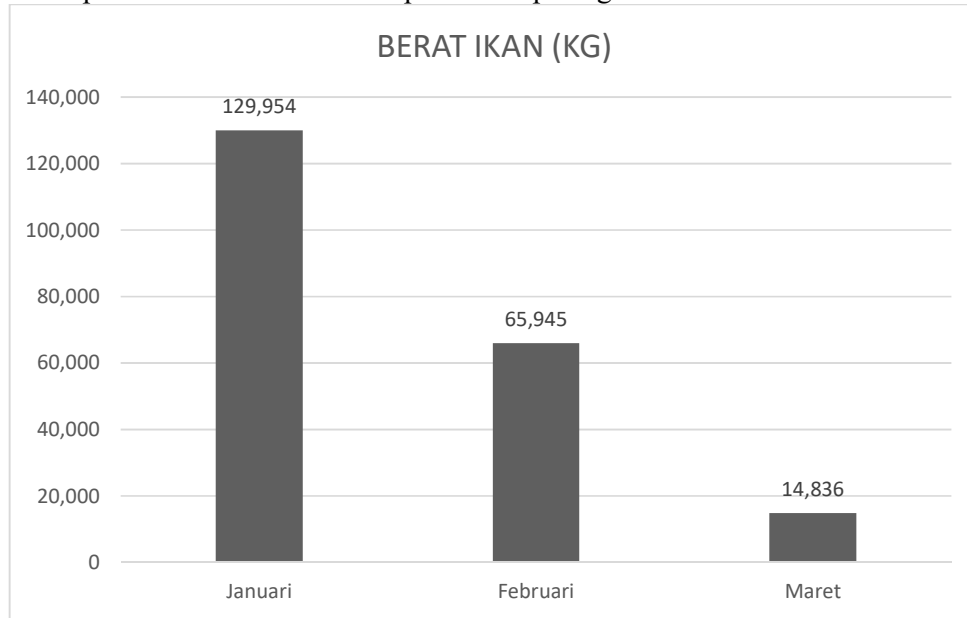
Gambar 6. Penerimaan Bahan Baku Februari

Penerimaan BB Maret														
No.	Tanggal	Proses	Monitoring											
			Jam	Kode Suplier	Jenis BB	Asal	Suhu (°C)	Aspek Organoleptik			Hasil (Kg)		Tindakan Koreksi	
								Bau	Warna	Bersih	Diterima	Ditolak		
1	05/03/2025	Penerimaan Bahan Baku	20.00	ILM RBG (BEKU)	Swaggi	Rembang	-19	√	√	√	14.836			
											TOTAL:	14.836 Kg		

Gambar 7. Penerimaan Bahan Baku Maret

Volume : 4**Nomor : 1****Bulan : January-June****Tahun : 2025****Halaman : 111-124**

Dengan adanya form di atas perusahaan dapat menjaga akurasi pencatatan, memperkuat sistem dokumentasi mutu, dan memastikan bahwa hanya bahan baku berkualitas tinggi yang digunakan dalam proses produksi. Data diatas juga menunjukkan jumlah penerimaan selama 3 bulan sebesar 210.735Kg sedangkan frekuensi penerimaan bahan baku dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 8. Frekuensi Penerimaan Bahan Baku

Frekuensi ketersediaan bahan baku pada suatu perusahaan tentu tidak selalu stabil dan dapat mengalami penurunan, terutama pada musim-musim tertentu. Berdasarkan data penerimaan bahan baku selama triwulan pertama tahun berjalan, terlihat adanya tren penurunan yang sangat signifikan dalam jumlah bahan baku ikan yang diperoleh oleh PT. ILM. Pada bulan Januari, total bahan baku yang diterima mencapai 129.954 kg, kemudian mengalami penurunan drastis pada bulan Februari menjadi 65.945 kg, dan semakin menurun tajam pada bulan Maret dengan hanya 14.836 kg. Penurunan ini mencerminkan penurunan sebesar 49,26% dari Januari ke Februari, dan 77,49% dari Februari ke Maret, atau secara kumulatif penurunan sebesar 88,59% dari Januari ke Maret. Fenomena ini sangat erat kaitannya dengan masuknya musim paceklik dan bulan Ramadan, di mana aktivitas penangkapan ikan oleh nelayan cenderung menurun akibat faktor cuaca buruk serta berkurangnya intensitas pelayaran. Kondisi ini berdampak langsung pada kelangsungan proses produksi di pabrik, sehingga perusahaan perlu melakukan penyesuaian operasional untuk menjaga efisiensi dan kesinambungan pasokan produk ke pasar.

Proses Produksi Di PT.ILM

Dalam proses produksi bakso ikan swanggi PT. ILM memiliki target produksi kurang lebih 30Kg setiap harinya. Proses produksi bakso ikan swanggi dimuali dari proses produksi bahan baku utama ikan swanggi menjadi bahan pasta ikan atau yang biasa disebut surimi. Setelah penerimaan bahan baku yang didapat dengan mutu terbaik dilakukan penimbangan I, pencucian ikan (*colum washing*), pemisahan daging ikan



JEMAK-BD

JURNAL

Ekonomi Manajemen Akuntansi Keuangan

Bisnis Digital



dengan duri dan kulit (Meat Bone Separating), pencucian lumatan daging (Beaching I), rotary screen 1, beaching II, rotary screen II, refining, pengepresan (screw press), penimbangan II, Pencampuran (Mixing), pengisian, pembekuan (frizing). Setelah bahan baku utama siap proses produksi bakso ikan Swanggi dilakukan secara sistematis dan higienis, melalui serangkaian tahapan yang meliputi:

1. Masukkan bahan baku yang sudah menjadi surimi, *isolate soy protein* (ISP), minyak sawit, dan air es agar surimi hancur. Kemudian diikuti dengan bahan lainnya, proses pencampuran adonan dilakukan dalam waktu 10 menit hingga 15 menit untuk menghasilkan adonan yang homogen dan tetap mempertahankan suhu adonan dibawah 5°C dengan menambahkan es batu.
2. Proses pencetakan dilakukan dengan menggunakan mesin pencetak yang menjadi satu rangkaian dengan mesin perebusan. Proses perebusan terbagi menjadi dua yaitu perebusan yang pertama dilakukan dengan suhu kisaran 45°C – 50°C selama ± 15 menit. Perebusan pertama bertujuan agar kulit bagian luar produk mengeras atau memadatkan adonan produk bakso ikan swanggi. Sedangkan perebusan kedua dilakukan dengan suhu kisaran 95°C – 100°C selama ± 20 menit bertujuan agar mematangkan produk bakso ikan swanggi.
3. Pendinginan bakso ikan swanggi dilakukan dengan merendam bakso ikan swanggi ke dalam air yang sudah dicampur dengan es batu ± 2 menit dengan suhu air 20°C , apabila suhu pada saat pendinginan kurang dingin maka ditambahkan dengan es batu.
4. Proses pembekuan pada PT. ILM menggunakan mesin pembeku bernama IQF (*Individual Quick Freezing*). Tujuan penerapan pembekuan terlebih dahulu sebelum dikemas di PT. ILM bertujuan untuk mencegah pertumbuhan mikroba dan memperpanjang umur daya simpan.
5. Proses pengemasan primer memiliki tujuan untuk melindungi produk dan memberi penampakan produk agar lebih menarik. Kemasan tercantum merk produk dan informasi mengenai nama produk, kandungan gizi, komposisi produk, berat bersih, cara penyimpanan dan penyajian, tanggal kadaluwarsa, kode produksi, informasi perusahaan, logo halal, dan masih banyak yang lainnya. Produk yang dikemas ke dalam kemasan plastik kemudian ditimbang dengan berat 500gram.
6. *Metal detecting* atau pendekatan logam dilakukan dengan tujuan untuk mendeteksi adanya serpihan logam paku, stapless, dan segala macam benda terbuat dari besi yang terdapat pada produk bakso ikan swanggi.
7. Produk disimpan pada cold storage dengan kisaran suhu -19°C sampai -27°C . Produk bakso ikan swanggi dapat bertahan selama ± 1 tahun. Penyimpanan ini sering disebut juga dengan sistem FIFO (*First In First Out*).
8. Pengemasan sekunder dengan master carton dilakukan dengan tujuan melindungi produk selama dalam penyimpanan pada saat dikirim menggunakan transportasi dan mempermudah mendistribusikan kepada agen.

Perusahaan telah memperluas jangkauan pemasarannya ke berbagai kota di Indonesia dalam strategi pemasarannya, PT. ILM menetapkan jumlah minimal pemesanan kepada agen sebanyak 10Kg. PT.ILM terus memahami pasar dengan baik, baik dari segi demografi, perilaku konsumen, serta kebutuhan spesifik dari pelanggan



JEMAK-BD

JURNAL

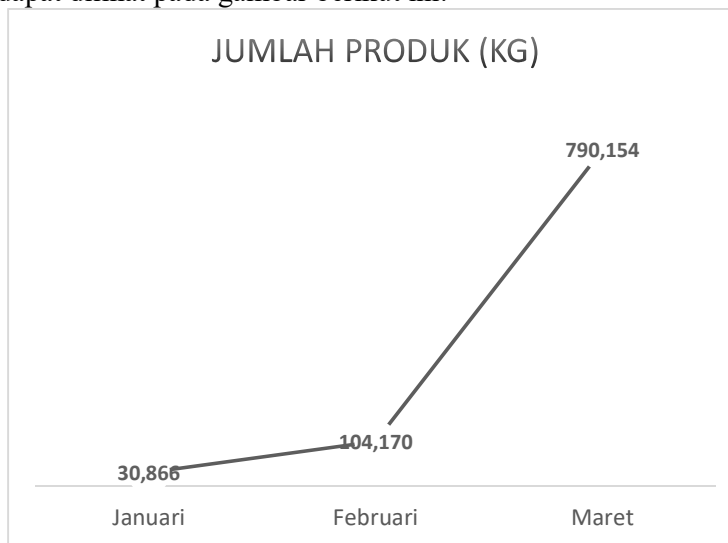
Ekonomi Manajemen Akuntansi Keuangan

Bisnis Digital

119



mereka. Dengan segmentasi yang tepat, mereka dapat menyesuaikan strategi pemasaran untuk menarik konsumen yang tepat. Sebagai bagian dari upaya peningkatan daya saing dan perluasan pangsa pasar, perusahaan telah mengembangkan strategi pemasaran yang terarah dengan memperluas jangkauan distribusinya ke berbagai kota besar di seluruh Indonesia. Melalui penerapan strategi segmentasi pasar yang tepat, perusahaan mampu mengidentifikasi karakteristik konsumen di setiap wilayah, termasuk preferensi rasa, pola konsumsi, hingga daya beli. Salah satu momentum penting yang dimanfaatkan perusahaan untuk mendorong peningkatan penjualan adalah selama bulan puasa. Untuk menggambarkan tren ini secara visual, diagram penjualan produk bakso ikan, yang menunjukkan lonjakan volume penjualan selama bulan Maret dibandingkan bulan-bulan sebelumnya dapat dilihat pada gambar berikut ini:



Gambar 9. Diagram Penjualan

Berdasarkan data penjualan produk bakso ikan Swanggi menunjukkan tren peningkatan yang sangat signifikan sepanjang triwulan pertama. Pada bulan Januari, total penjualan tercatat sebesar 30.866 kg, kemudian meningkat pesat pada bulan Februari menjadi 104.170 kg, dan melonjak tajam pada bulan Maret hingga mencapai 790.154 kg. Jika dianalisis secara persentase, penjualan meningkat sebesar 237,5% dari Januari ke Februari, dan kembali meningkat sebesar 658,5% dari Februari ke Maret. Secara kumulatif, terjadi peningkatan penjualan sebesar 2.459% dari Januari ke Maret, menunjukkan lonjakan permintaan yang luar biasa. Peningkatan penjualan yang signifikan ini terutama terjadi pada bulan Maret, yang bertepatan dengan bulan Ramadan. Perubahan pola konsumsi masyarakat selama bulan puasa yang cenderung memilih makanan praktis, bergizi, dan mudah disajikan menjadi faktor pendorong utama lonjakan ini. Strategi pemasaran dan promosi yang dilakukan oleh PT. ILM, termasuk diskon dan penukaran kemasan, turut berkontribusi dalam mendorong tingginya volume penjualan selama periode tersebut.

Stuffing yakni proses memasukkan produk ke dalam container sebelum distribusi dilakukan. Tujuannya adalah untuk mengecek dan memastikan kondisi produk yang akan didistribusikan dan mengecek kondisi container yang akan digunakan sebagai sarana transportasi dalam proses pengiriman. Biasanya jika jarak lokasi agen dekat



dengan pabrik, dilakukan pengiriman menggunakan motor, namun jika lokasi yang jauh akan dikirim menggunakan mobil box pendingin setiap pengiriman supir akan diberi surat jalan.

Agen

Agen memiliki peran strategis dalam sistem distribusi PT. ILM sebagai penghubung utama antara perusahaan dan konsumen akhir. Fungsi utama agen adalah mendistribusikan produk bakso ikan Swaggi ke berbagai wilayah pemasaran secara lebih luas dan efisien. Dengan adanya jaringan agen, PT. ILM dapat memperluas jangkauan pasar tanpa harus membangun cabang distribusi di setiap daerah, sehingga lebih hemat biaya dan waktu. Turut mempromosikan produk di tingkat lokal melalui berbagai strategi pemasaran, seperti memberikan potongan harga, membagikan brosur, dan menjalin relasi dengan konsumen setempat. Agen juga menjadi sumber informasi penting mengenai tren permintaan, preferensi konsumen, dan kondisi pasar lokal. Informasi ini sangat berguna bagi PT. ILM dalam merumuskan strategi penjualan yang lebih tepat sasaran. Dengan sistem pembelian minimal seperti 10 kg per order, agen membantu meningkatkan volume penjualan secara konsisten dan memberikan kontribusi langsung terhadap pertumbuhan omset perusahaan. Adapun agen besar yang bekerjasama dengan PT. ILM seperti CV. IS, CV. SFF, CV. MSTP agen besar ini merupakan agen dengan jumlah orderan yang sangat banyak. Besarnya jumlah orderan dari para agen dipengaruhi oleh beberapa faktor salah satunya banyaknya diskon serta strategi promosi yang beragam, seperti diskon tukar bungkus produk di kelipatan 50 akan mendapatkan hadiah dan kelipatan selanjutnya dengan hadiah yang lebih besar, serta kampanye pemasaran melalui berbagai saluran seperti media sosial serta brosur di setiap agen. yang diberikan dan hadiah yang menarik para agen dapat dilihat pada gambar berikut ini:

Jumlah Pengambilan Premium (Karton)	Pembelian Discount
10 s/d 20	1%
21 s/d 50	1,50%
51 s/d 100	2%
101 s/d 150	2,50%
151 s/d 200	2,75%
201 lebih	3%

Gambar 10. Program Diskon

Target Peningkatan Omset Dalam 1 Thn	Hadiah Program
11.600 Kg	Umroh/Taiwan Tour
9.000Kg	Sepeda Motor
6.000Kg	Singapore
4.000Kg	Frezer Sliding Glass 500L
2.000Kg	AC Split 0,5 PK
1.000Kg	TV LED 32 Inc

Gambar 11. Program Tahunan

Program diskon tukar bungkus dirancang untuk mendorong peningkatan pembelian ulang, menarik minat konsumen baru, dan mempercepat perputaran stok di tingkat agen maupun konsumen akhir. Diskon juga menjadi sarana efektif untuk meningkatkan penetrasi pasar di wilayah baru serta meningkatkan volume penjualan pada periode tertentu, seperti menjelang hari besar atau saat daya beli masyarakat menurun. Program tahunan merupakan strategi jangka panjang yang dijalankan secara konsisten setiap tahun, meliputi kegiatan seperti evaluasi mitra agen terbaik, pemberian penghargaan loyalitas, serta kampanye tematik pada bulan-bulan strategis seperti Ramadan atau akhir tahun. Program ini berfungsi untuk menjaga hubungan baik dengan mitra distribusi, memperkuat brand image, serta memberikan arah dan tujuan pemasaran yang terukur secara periodik. Kedua program ini saling melengkapi dalam menciptakan sistem pemasaran yang dinamis, adaptif, dan berorientasi pada konsumen, serta turut membantu perusahaan mencapai target pertumbuhan penjualan secara berkelanjutan.

Dari hasil penelitian diatas dapat memperkuat pendapat yang di sampaikan oleh Chopra dan Meindl (2007), bahwasannya manajemen rantai pasok (*supply chain*) adalah "Perancangan, pengelolaan, dan pengendalian rantai pasok yang melibatkan aliran barang, informasi, dan uang dari sumber daya mentah sampai produk akhir sampai ke tangan konsumen." Simchi-Levi dan Kaminsky, 2015 juga mengatakan, Tujuan dari pengelolaan rantai pasok (*supply chain*) adalah untuk meningkatkan efisiensi dan meminimalisasi biaya pada seluruh sistem. Manajemen produksi di PT. ILM mencakup perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian untuk memastikan kualitas dan efisiensi. Pembahasan ini sesuai dengan gagasan Griffin, 2002 yang mengatakan, Mengidentifikasi manajemen sebagai sebuah proses perencanaan, pengorganisasian, pengkoordinasian, dan pengontrolan sumber daya untuk mencapai sasaran secara efektif dan efisien. Secara umum penerapan konsep *Supply Chain Management* dalam perusahaan akan memberikan manfaat yaitu Jebarus, (2001) kepuasan pelanggan, meningkatkan pendapatan, menurunnnya biaya, pemanfaatan asset yang semakin tinggi, peningkatan laba, dan perusahaan semakin besar. Aktivitas yang dilakukan dalam rantai pasok (*supply chain*) meliputi pembelian secara tradisional dan berbagai aktivitas penting lainnya yang berhubungan dengan pemasok dan distributor (Hayati, 2015). Suntani, (2019) mendefinisikan rantai pasok sebagai hubungan antara arus produk, uang, dan informasi dari pemasok, produsen, distributor, gudang, dan pengecer ke konsumen akhir. Proses produksi yang lengkap, meliputi budidaya, pengolahan, distribusi, dan pemasaran ke pelanggan, disebut oleh Mahbubi Akhmad, (2015) sebagai rantai pasok. mendistribusikan barang dan jasa pada waktu dan tempat yang tepat, dalam jumlah yang tepat (Walewangko, 2013). Menurut Hadiguna, (2016) strategi secara efektif untuk menghubungkan pemasok, gudang, (distributor, pedagang, dan pengecer) sehingga barang diproduksi dan didistribusikan dalam jumlah yang tepat di lokasi dan waktu yang tepat untuk menurunkan biaya dan memenuhi kebutuhan pelanggan.



Simpulan

Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan Supply Chain Management (SCM) di PT. ILM tidak hanya efektif dalam mengatur aliran barang dari bahan baku hingga produk jadi, tetapi juga dalam meningkatkan efisiensi operasional, menjaga kualitas produk, dan mempercepat distribusi. Melalui kemitraan yang kuat dengan pemasok dan anak perusahaan, PT. ILM dapat memastikan ketersediaan bahan baku yang berkualitas serta menekan biaya produksi. Pengendalian mutu yang terintegrasi dan respons cepat terhadap perubahan pasar menjadi faktor utama yang mendukung peningkatan daya saing dan pertumbuhan penjualan perusahaan. SCM juga berperan dalam memperkuat kolaborasi antar mitra usaha, yang semakin meningkatkan efektivitas dan transparansi operasional.

Sebagai saran, PT. ILM disarankan untuk mendiversifikasi sumber bahan baku, memperkuat sistem informasi digital, melakukan evaluasi tahunan terhadap agen, serta memperluas cakupan promosi di bulan-bulan strategis. Penerapan audit internal berkala juga perlu dilakukan untuk memastikan kualitas dan kepatuhan dalam seluruh elemen rantai pasok, sehingga perusahaan dapat lebih adaptif dan siap menghadapi tantangan pasar.

Daftar Rujukan

- Chopra, Sunil dan Peter Meindl. 2007. Supply Chain Management Strategy, Planning and Operations 3rd Edition. New Jersey : Prentice Hall. Inc.
- Christopher, Martin. (2011). Logistics and Supply Chain Management. Fourth Edition. Prentice Hall. London
- Efisiensi Distribusi Motor Honda Pada PT. Daya Adicipta Wisesa. Jurnal Emba, 1(3), 1241–1250.
- Griffin, W, Ricky dan Ronald J Ebert. 2002. Management, Erlangga, Jakarta.
- Hadiguna, R. A. (2016). Manajemen Rantai Pasok Agrobisnis (Issue January).
- Hayati, N. (2015). Manajemen rantai pasok: Konsep dan implementasi. Yogyakarta: Deepublish.
- Jebarus, Felix. 2001. Supply Chain Management, Usahawan no : 02 Th XXX Februari
- Pujawan, I Nyoman dan Mahendrawati, 2010. Supply Chain Management edisi 2, Yogyakarta: Andi
- Pujawan, I Nyoman dan Mahendrawati, 2017. Supply Chain Management edisi 3, Yogyakarta: Andi
- Siahaya. (2014). Manajemen Pengadaan (Edisi ke 3). IN MEDIA.
- Sidoharjo I Pasar Miring Kecamatan Pagar Merbau Kabupaten Deli Serdang.
- Simchi-Levi, D., Kaminsky, P., & Simchi-Levi, E. (1999). Designing and Managing the Supply Chain: Concepts, Strategies and Cases. Chicago: IrwinMcGraw-Hill.
- Skripsi, 1–60. Mahbubi Akhmad. (2015). Sistem Dinamis Rantai Pasok Industrialisasi Gula Berkelanjutan Di Pulau Madura. Agriekonomika, 4(2), 198–209.
- Suntani, N. H. (2019). Analisis Rantai Pasok (Supply Chain) Beras Di Desa

EISSN 2961-9394

Volume : 4

Nomor : 1

Bulan : January-June

Tahun : 2025

Halaman : 111-124

Walewangko, Y. M. (2013). Manajemen Rantai Pasokan Guna Meningkatkan