

# 1 PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Dewasa ini Indonesia telah berkembang menjadi industri tersendiri, di mana dalam perkembangannya dipengaruhi oleh perubahan yang terjadi di dalam masyarakat. Seiring dengan meningkatnya jumlah populasi manusia maka akan meningkatkan kebutuhan dapur masyarakat. Masyarakat dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari seperti makanan, minuman, dan kebutuhan dapur lainnya telah dimudahkan dengan beragam usaha yang menawarkan kebutuhan tersebut. Terdapat warung, toko kelontong, supermarket hingga hypermarket yang mulai banyak beroperasi khususnya di kota-kota besar. Berikut adalah persentase penduduk daerah perkotaan yang dapat dilihat pada Tabel 1 dari Badan Pusat Statistik:

Tabel 1 Persentase penduduk daerah perkotaan menurut provinsi di Indonesia 2010-2020

Provinsi	Tahun		
	2010	2015	2020
DKI Jakarta	100,0	100,0	100,0
Jawa Barat	65,7	72,9	78,7
Jawa Tengah	45,7	48,4	51,3
Jawa Timur	47,6	51,1	54,7
Bali	60,2	65,5	70,2
Total	63,84	67,66	70,98

Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS) (2020).

Tabel 1 menunjukkan persentase penduduk daerah perkotaan di Indonesia tahun 2010-2020. Terjadinya peningkatan penduduk dari lima provinsi yang ada di Indonesia ini akan meningkatkan kebutuhan masyarakat.

Terjadinya peningkatan penduduk di wilayah perkotaan menjadikan peluang bagi perusahaan ritel makanan untuk terus menawarkan produk yang mereka tawarkan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat. Perusahaan untuk menjual produknya sampai ke konsumen tingkat akhir tentu memiliki rantai pasok (*supply chain*) atau rantai siklus yang bersama-sama bekerja untuk menciptakan dan menghantarkan suatu produk ke tangan konsumen akhir. Jika rantai pasok adalah jaringan fisiknya, yakni perusahaan-perusahaan yang terlibat dalam memasok bahan baku, memproduksi barang maupun mengirimkannya ke pemakai akhir, manajemen rantai pasok adalah metode, atau pendekatan pengelolaannya (Pujawan dan Mahendrawathi 2010). Rantai pasok merupakan salah satu sistem usaha di perusahaan apabila sistem bekerja dengan baik maka akan memiliki prospek yang menguntungkan.

PT. Charoen Pokphand Indonesia Tbk memiliki anak perusahaan yaitu PT. Primafood International (CP *Food* Indonesia) sebagai salah satu perusahaan ritel makanan di Indonesia. PT. Primafood International memiliki kantor *Head Office* (HO) yang terletak di Jakarta Utara. PT. Primafood International juga memiliki unit bisnis bernama Prima Freshmart yang berdiri sebagai *speciality store*



menawarkan kebutuhan dapur masyarakat berupa telur, daging ayam, makanan beku (*frozen food*), serta makanan dan minuman olahan lainnya dengan kualitas yang baik dan harga terjangkau.

Visi dari Prima Freshmart yaitu menjadikan Prima Freshmart sebagai pilihan utama konsumen berbelanja kebutuhan dapur dan produk *frozen* lainnya. Prima Freshmart merupakan salah satu rantai pasok yang menawarkan produk dari CP Food Indonesia dengan didukung rantai pasok lainnya.

Saat ini seiring berjalannya waktu kebutuhan masyarakat yang terus meningkat menyebabkan permintaan produk yang ditawarkan oleh Prima Freshmart juga meningkat. Meningkatnya jumlah permintaan produk menyebabkan jumlah persediaan produk pada Prima Freshmart harus tetap terjaga. Sistem pengelolaan persediaan yang dilakukan oleh PT. Primafood International sudah cukup baik. Adanya aturan ketersediaan produk (*product availability*) oleh Prima Freshmart akan membuat ketersediaan produk tetap terjaga dengan baik sesuai dengan permintaan pelanggan. Apabila pada pasar Prima Freshmart dalam ketersediaan produknya tidak terjaga dengan baik maka akan kehilangan kesempatan berdagang (*opportunity sales*).

Sistem gudang dingin yang masih dikelola oleh Charoen Pokphand *group* menjadikan unit bisnis pada PT. Primafood International yaitu Prima Freshmart untuk melakukan *improvement* menjadi terkendala, oleh karena itu masih belum mendapatkan keuntungan yang lebih optimal bagi unit bisnis Prima Freshmart. Upaya mengoptimalkan keuntungan Prima Freshmart melalui rantai pasok (*supply chain management*) ialah dengan menggabungkan manajemen rantai pasok (*supply chain management*) gudang dingin pada Prima Freshmart. Hal tersebut menjadi salah satu alternatif PT. Primafood International pada unit bisnisnya untuk merencanakan penggabungan rantai pasok dengan melakukan kajian pengembangan bisnis penggabungan rantai pasok gudang dingin untuk mengefisienkan sistem manajemen rantai pasok gudang dingin ke toko Prima Freshmart, menghasilkan keuntungan yang lebih optimal dan supaya dapat memenuhi permintaan terhadap kebutuhan dapur masyarakat.

## 1.2 Tujuan

1. Memetakan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi PT. Primafood International melalui analisis SWOT.
2. Merancang strategi manajemen rantai pasok (*supply chain management*) dengan metode *business model canvas*.
3. Menganalisis penerimaan dan pendapatan PT. Primafood International sebelum dan sesudah adanya penggabungan rantai pasok gudang dingin menggunakan analisis laba rugi dan *R/C ratio*.