

Puryantoro, SP.,MP.

Dr. Ir. Evita Soliha Hani, MP.

Dr. Ir. Sri Subekti, M.Si.

# MANAJEMEN RANTAI PASOKAN

## Strategi Peningkatan Daya Saing Mangga



ISBN : 978-623-90821-4-7



# MANAJEMEN RANTAI PASOKAN

Strategi Peningkatan Daya Saing Manga

**M**anajemen rantai pasok (*supply chain management*) yang jika diadaptasi pada materi perguruan tinggi disebut juga dengan Manajemen Rantai Pasokan. Pembahasannya banyak mengenai materi suatu bidang usaha apapun. Rangkaian aktifitas rantai pasok banyak melibatkan pelaku di dalamnya sehingga memerlukan pengambilan keputusan agar produk dapat mengalir ke konsumen akhir dengan efektif dan efisien.

Buku ini mengulas satu komoditas penting yang jarang sekali tersentuh dan “mungkin” juga kurang diperhatikan keberadaannya. Sementara jangkauan dari banyaknya konsumen sampai ke luar negara Indonesia. Bahasan mencakup gambaran pelaku rantai pasok manga, pengertian manajemen rantai pasokan dan strategi untuk meningkatkan daya saing manga bagi pelaku rantai pasok manga. Buku ini sangat sesuai dibaca kalangan staf pengajar perguruan tinggi, mahasiswa, peneliti, industri dan pengambil keputusan.



Penerbit : CV. AA. RIZKY  
Alamat : Jl. Raya Ciruas Petir,  
Puri Citra Blok B2 No. 34 Pipitan  
Kec. Walantaka - Serang Banten  
E-mail : [aa.rizkypress@gmail.com](mailto:aa.rizkypress@gmail.com)  
Website : [www.aarizky.com](http://www.aarizky.com)

ISBN 978-623-90821-4-7



# **MANAJEMEN RANTAI PASOKAN**

**Strategi Peningkatan Daya Saing Bangsa**

**MANAJEMEN RANTAI PASOKAN**  
**Strategi Peningkatan Daya Saing Mangga**

**Penulis:**

**Puryantoro, SP.,MP**  
**Dr. Ir. Evita Soliha Hani, MP**  
**Dr. Ir. Sri Subekti, M.Si**



**PENERBIT:**  
**CV. AA. RIZKY**  
**2019**

**MANAJEMEN RANTAI PASOKAN**  
**Strategi Peningkatan Daya Saing Mangga**

© Penerbit CV. AA Rizky

**Penulis:**

Puryantoro, SP.,MP  
Dr. Ir. Evita Soliha Hani, MP  
Dr. Ir. Sri Subekti, M.Si

**Editor:**

Khaeruman

**Penyunting:**

Hafidz Hanafiah

**Desain Sampul dan Tata Letak:**

Tim Kreasi CV. AA. Rizky

Cetakan Pertama, Mei 2019

**Penerbit:**

**CV. AA. Rizky**

Jl. Raya Ciruas Petir, Puri Citra Blok B2 No. 34  
Kecamatan Walantaka, Kota Serang - Banten, 42183  
Hp. 0819-06050622, Website : aarizky.com  
*E-mail: aa.rizkypress@gmail.com*

**Anggota IKAPI**

No. 035/BANTEN/2019

**ISBN : 978-623-90821-4-7**

Copyright © 2019 CV. AA. Rizky

**Hak cipta dilindungi undang-undang**

Dilarang memperbanyak buku ini dalam bentuk dan dengan cara  
apapun tanpa ijin tertulis dari penulis dan penerbit.

**Isi diluar tanggungjawab Penerbit.**

**Undang-undang No.19 Tahun 2002 Tentang Hak Cipta**  
**Pasal 72**

1. Barang siapa dengan sengaja melanggar dan tanpa hak melakukan perbuatan sebagaimana dimaksud dalam pasal ayat (1) atau pasal 49 ayat (1) dan ayat (2) dipidana dengan pidana penjara masing-masing paling sedikit 1 (satu) bulan dan/atau denda paling sedikit Rp.1.000.000,00 (satu juta rupiah), atau pidana penjara paling lama 7 (tujuh) tahun dan/atau denda paling banyak Rp.5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah).
2. Barang siapa dengan sengaja menyiarkan, memamerkan, mengedarkan, atau menjual kepada umum suatu ciptaan atau barang hasil pelanggaran hak cipta terkait sebagai dimaksud pada ayat (1) dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau denda paling banyak Rp.500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah)



## **KATA PENGANTAR**

Alhamdulillah atas rahmat Tuhan yang maha kuasa penulisan buku “Manajemen Rantai Pasokan : Strategi Peningkatan Daya Saing Mangga” dapat diselesaikan dengan baik. Buku ini dapat dijadikan referensi bagi mahasiswa, dosen, peneliti dan umum yang ingin menambah referensi tentang Manajemen Rantai Pasokan.

Penyelesaian buku referensi ini tidak lepas dari dukungan dari berbagai pihak yang telah banyak membantu mulai dari pengumpulan data hingga proses percetakan. Kami ucapkan terimakasih kepada :

1. Rektor Universitas Abdurachman Saleh Situbondo
2. Dekan Fakultas Pertanian UNARS
3. Dekan Fakultas Pertanian Universitas Jember
4. Dinas Pertanian Situbondo
5. Badan Pusat Statistik Kabupaten Situbondo
6. Pelaku rantai pasok mangga di kabupaten Situbondo

serta seluruh elemen yang terlibat dalam penulisan ini yang tidak dapat penulis sebutkan.

Semoga buku ini dapat bermanfaat untuk menambah pengetahuan tentang manajemen rantai pasokan. Demi peningkatan kualitas buku ini maka saran yang membangun sangat kami harapkan dari pembaca.

Situbondo, Mei 2019

**Penulis**



## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI .....	vi
DAFTAR TABEL .....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	x
BAB I PENDAHULUAN .....	1
BAB II MANAJEMEN RANTAI PASOK; <i>Food Supply</i> <i>Chain Networking</i> .....	7
2.1 Manajemen Rantai Pasok .....	7
2.2 <i>Food Supply Chain Networking</i> .....	8
BAB III ANALISA MANAJEMEN RANTAI PASOK MANGGA .....	14
3.1 Struktur Rantai Pasok .....	14
3.2 Manajemen Jaringan dan Rantai .....	24
3.2.1 Struktur Manajemen.....	24
3.2.2 Pemilihan Mitra .....	25
3.2.3 Sistem Kontraktual .....	28
3.2.4 Sistem Transaksi .....	31
3.3 Sumber Daya Rantai .....	31
3.3.1 Sumber Daya Fisik.....	31
3.3.2 Sumberdaya Teknologi .....	33
3.3.3 Sumberdaya Manusia .....	34
3.3.4 Sumberdaya Modal .....	35



3.4	Proses Bisnis Rantai Pasok .....	37
3.4.1	Hubungan Kegiatan Bisnis Rantai Pasok .....	37
3.4.2	Pola Distribusi.....	38
BAB IV	STRATEGI PENINGKATAN DAYA SAING MANGGA .....	47
4.1	Perumusan Strategi Manajemen Rantai Pasok Mangga di Kabupaten Situbondo dengan AHP.....	47
4.1.1	Perumusan Faktor Internal dan Faktor Ekternal Pada Rantai Pasok Petani.....	47
4.1.2	Perumusan Faktor Internal dan Faktor Ekternal Pada Rantai Pasok Pedagang Pegumpul .....	53
4.1.3	Perumusan Faktor Internal dan Faktor Ekternal Pada Rantai Pasok Pedagang Pengepul.....	58
4.1.4	Perumusan Faktor Internal dan Faktor Ekternal Pada Rantai Pasok Pedagang Pengecer .....	63
4.2	Perumusan Strategi Manajemen Rantai Pasok Mangga di Kabupaten Situbondo dengan AHP.....	68
4.2.1	Prioritas Strategi Pada Rantai Pasok Petani .....	68

4.2.2 Prioritas Strategi Pada Rantai Pasok Pedagang Pengumpul .....	73
4.2.3 Prioritas Strategi Pada Rantai Pasok Pedagang Pengepul .....	77
4.2.4 Prioritas Strategi Pada Rantai Pasok Pedagang Pengecer .....	80
BAB V PENUTUP .....	85
DAFTAR PUSTAKA .....	89
GLOSARUM .....	92
INDEKS .....	95
RIWAYAT PENULIS .....	100



## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Fungsi dan Aktifitas Anggota Rantai Pasok Mangga di Kabupaten Situbondo .....	21
Tabel 3.2	Sumber Modal Anggota Rantai Pasok Mangga di Situbondo .....	37
Tabel 4.3	Matrik IFE Rantai Pasok Petani Mangga .....	48
Tabel 4.4	Matrik EFE Rantai Pasok Petani Mangga .....	50
Tabel 4.5	Matrik IFE Rantai Pasok Petani Mangga .....	54
Tabel 4.6	Matrik EFE Rantai Pasok Pedagang Pengumpul .....	55
Tabel 4.7	Matrik IFE Rantai Pasok Pedagang Pengumpul .....	58
Tabel 4.8	Matrik EFE Rantai Pasok Pedagang Pengumpul .....	60
Tabel 4.9	Matrik IFE Rantai Pasok Pedagang Pengecer .....	63
Tabel 4.10	Matrik EFE Rantai Pasok Pedagang Pengecer .....	65
Tabel 4.11	Hubungan Tujuan , <i>Ultimate Goal</i> dan Alternatif Strategi Pada Petani Mangga .....	69
Tabel 4.12	Hubungan Tujuan , <i>Ultimate Goal</i> dan Alternatif Strategi Pada Pedagang Pengumpul .....	75
Tabel 4.13	Hubungan Tujuan , <i>Ultimate Goal</i> dan Alternatif Strategi Pada Pedagang Pengumpul .	77
Tabel 4.14	Hubungan Tujuan , <i>Ultimate Goal</i> dan Alternatif Strategi Pada Pedagang Pengecer	81



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1	Model Rantai Pasok melalui Pedagang Pengumpul .....	14
Gambar 3.2	Model Rantai Pasok melalui Kelompok Tani .....	16
Gambar 3.3	Model Rantai Pasok langsung pada pedagang pengecer .....	18
Gambar 3.4	Pola Aliran dalam Rantai Pasok Mangga di Kabupaten Situbondo .....	22
Gambar 3.5	Aliran Produk Rantai Pasok Mangga di Kabupaten Situbondo .....	41
Gambar 3.6	Aliran Finansial Rantai Pasok Mangga di Kabupaten Situbondo .....	42
Gambar 3.7	Aliran Informasi Rantai Pasok Mangga di Kabupaten Situbondo .....	44
Gambar 3.8	Aliran informasi yang diterima oleh petani .....	44
Gambar 3.9	Aliran informasi yang diterima oleh pedagang pengumpul .....	45



# PENDAHULUAN

Mangga, buah ini telah menyebar ke Asia Tenggara sejak 1500 tahun silam. Buah ini mudah ditemui di banyak tempat di wilayah Indonesia. Saat ini produksi mangga di Indonesia telah menempati nomor empat di dunia setelah India, China dan Thailand. Kemungkinan besar potensi untuk menjadi nomor satu terbuka lebar, karena lahan di Indonesia masih sangat mencukupi untuk keperluan tersebut.

Berdasarkan Angka Tetap (ATAP) 2016 dari Direktorat Jenderal Hortikultura, perkembangan luas panen mangga di Indonesia selama tahun 2001-2015 mengalami peningkatan setiap tahunnya meskipun pada tahun 2015 mengalami penurunan sebesar 10% dibandingkan tahun sebelumnya.

Sementara itu Direktorat Jenderal Hortikultura (2014) menyebutkan di Indonesia terdapat 26.805.269 pohon dengan luas panen 268.053 ha dengan produksi mangga sebanyak 2.431.330 ton.

Ditjen Bina Produksi Hortikultura (2014), menginformasikan bahwa wilayah utama pengembangan mangga Indonesia terutama diarahkan pada sentra produksi yang sudah dikenal selama ini, yaitu Jawa Timur

(Kabupaten Pasuruan dan Situbondo), Jawa Barat (Kabupaten Cirebon, Indramayu, dan Majalengka), dan Sulawesi Selatan (Kabupaten Takalar dan Jenepono). Hingga tahun 2002, varietas mangga yang sudah dilepas oleh menteri pertanian yaitu sebanyak 16 varietas.

Jawa Timur sebagai sentra produksi mangga mampu memenuhi 45,46 % dari produksi nasional. Hal ini disebabkan hampir sebagian besar wilayah Jawa Timur mempunyai kondisi agro ekologi yang sesuai bagi pertumbuhan dan produksi tanaman mangga. Begitu pula dengan luas panen mangga di Jawa Timur setiap tahunnya mengalami peningkatan 5.1%.

Umumnya usahatani mangga belum dikelola secara intensif, akan tetapi lebih bersifat sebagai usaha sampingan. Hal ini disebabkan oleh sifat tanaman mangga yang dapat tumbuh di dataran rendah maupun tinggi.

Menurut hasil Sensus Pertanian oleh Badan Pusat Statistik Kabupaten Situbondo (2014), dari 50 jenis tanaman hortikultura tahunan utama, mangga merupakan jenis tanaman hortikultura tahunan yang paling banyak diusahakan oleh rumah tangga usaha hortikultura (32,50 ribu rumah tangga) dengan rata-rata jumlah pohon yang diusahakan sebanyak 14 pohon per rumah tangga. Dengan jumlah pohon yang diusahakan sebanyak 482.276 pohon dan yang sudah berproduksi 304.836 pohon.

Produksi mangga di Situbondo mengalami peningkatan setiap tahunnya. Setiap tahunnya produksi

mangga Situbondo mengalami peningkatan. Tahun 2012 mengalami peningkatan sebesar 14.8% dari tahun 2011 (212.784 kw). Pada tahun 2013 (402.247 kw) mengalami peningkatan sebesar 16.7% dari tahun 2012 (286.790 kw)

Produksi mangga di Situbondo sebagian besar dilakukan dengan metode pengolahan yang sederhana/konvensional, bahkan masyarakat cenderung membiarkan tanaman mangga tanpa adanya perawatan. Hal tersebut seringkali menyebabkan mangga yang dihasilkan tidak memenuhi persyaratan mutu yang telah ditetapkan konsumen. Persepsi petani mangga yang belum berorientasi mutu menyebabkan sebagian besar pelaku usaha tidak menerapkan *Good Agricultural Process* (GAP) dan *Good Manufacturing Process* (GMP). Hal tersebut mengakibatkan mutu mangga yang dihasilkan menjadi rendah sehingga menurunkan daya saing mangga Situbondo.

Selain masalah daya saing, sistem rantai pasok mangga yang terlalu panjang dan pemerataan pendapatan dalam rantai pasok mangga yang masih rendah merupakan masalah yang harus segera dibenahi. Berdasarkan survei terhadap petani mereka menjual mangga ke pengumpul dalam bentuk hasil panen seadanya. Petani mempunyai alasan kuat dalam memilih pembeli selain karena sudah langganan, terikat pinjaman dan alasan pemasaran harga lebih tinggi.

Pasar induk menjadi acuan terhadap harga jual mangga sehingga harga yang fluktuatif ini mempengaruhi pendapatan usahatani. Berdasarkan survei bulan Oktober 2015, rata-rata pendapatan petani mangga sebesar Rp. 500.000 per panen sementara pendapatan pengumpul mangga Rp.937.500 per panen dengan harga jual ditingkat petani Rp.4.000 per kg dan Rp.7.500 ditingkat pengumpul. Peranan pengumpul adalah mencari petani yang akan menjual mangga, melakukan transaksi jual beli dan pengiriman mangga ke pedagang pengepul. Hasil penelitian Supriatna (2010) menyebutkan bahwa pedagang besar mangga memperoleh keuntungan lebih tinggi dibandingkan pedagang agen, yaitu masing-masing Rp.3.350 dan Rp.1.460 per kilogram. Selain penanganan hasil lebih banyak dilakukan oleh pedagang besar, tanggungan resiko rugi pada waktu harga jual mangga rendah juga lebih besar. Sebaliknya pedagang agen mempunyai resiko rugi sangat kecil karena mereka dibayar melalui sistem komisi sepuluh persen dari total nilai penjualan. Hasil penelitian Supriatna (2009) juga menyebutkan pedagang luar kota selalu mendapatkan margin pemasaran dan keuntungan paling besar, yaitu masing-masing Rp.2.500 dan Rp.1.504. Hal ini dikarenakan mereka mengeluarkan biaya pemasaran paling banyak dan menanggung resiko fluktuasi harga paling besar.

Pedagang merupakan pihak yang memperoleh keuntungan paling tinggi dalam jaringan rantai pasok



mangga dibandingkan para petani yang belum mencapai kesejahteraan yang seharusnya. Salah satu cara untuk meningkatkan daya saing mangga dan kesejahteraan petani yaitu dengan menerapkan strategi manajemen rantai pasok yang berkesinambungan dan mampu mengefisiensikan sistem rantai pasok mangga sehingga pemerataan pendapatan diantara anggota jaringan rantai pasoknya dapat tercapai. Untuk mendapatkan strategi yang diinginkan tentunya diperlukan terlebih dahulu gambaran manajemen rantai pasok mangga secara utuh sehingga apabila ditemukan strategi dapat diterapkan sesuai kebutuhan anggota rantai pasok.

---oo0oo---





## 2.1 Manajemen Rantai Pasok

Menurut Indrajit dan Pranoto (2002), rantai pasokan adalah suatu sistem tempat organisasi menyalurkan barang produksi dan jasanya kepada para pelanggannya. Rantai ini juga merupakan jaringan dari berbagai organisasi yang saling berhubungan yang mempunyai tujuan yang sama, yaitu menyelenggarakan pengadaan atau penyaluran barang tersebut. Model rantai pasokan yaitu suatu gambaran mengenai hubungan mata rantai dari pelaku-pelaku tersebut yang dapat membentuk seperti mata rantai yang terhubung satu dengan yang lain. Salah satu faktor kunci untuk mengoptimalkan rantai pasok adalah dengan menciptakan alur informasi yang bergerak secara mudah dan akurat diantara jaringan atau mata rantai tersebut, dan pergerakan barang yang efektif dan efisien yang menghasilkan kepuasan maksimal pada para pelanggan.

Manajemen rantai pasokan merupakan strategi alternatif yang memberikan solusi dalam menghadapi ketidakpastian lingkungan untuk mencapai keunggulan kompetitif melalui pengurangan biaya operasi dan perbaikan pelayanan konsumen dan kepuasan konsumen.

Manajemen rantai pasokan menawarkan suatu mekanisme yang mengatur proses bisnis, meningkatkan produktivitas dan mengurangi biaya operasional perusahaan (Annatan dan Ellitan, 2008).

Menurut Heizer dan Render (2010), manajemen rantai pasokan merupakan integrasi aktivitas pengadaan bahan dan pelayanan, pengubahan barang setengah jadi dan produk akhir, serta pengiriman kepada pelanggan. Seluruh aktivitas ini mencakup aktivitas pembelian dan pengalihdayaan, ditambah fungsi lain yang penting bagi hubungan pemasok dengan distributor. Tujuan dari seluruh aktivitas rantai pasokan adalah membangun sebuah rantai pemasok yang memusatkan perhatian untuk memaksimalkan nilai bagi pelanggan.

Ruang lingkup manajemen rantai pasok meliputi:

1. Rantai pasokan yang mencakup seluruh kegiatan arus dan transformasi barang mulai dari bahan mentah, sampai penyaluran ketangan konsumen termasuk aliran informasinya. Bahan baku dan aliran informasi adalah rangkaian dari rantai pasokan.
2. Rantai pasokan sebagai suatu sistem tempat organisasinya menyalurkan barang produksi dan jasa kepada para pelanggannya (Siagian, 2005).

## ***2.2 Food Supply Chain Networking***

Menurut Vorst (2006) rantai pasok yang tergabung ke dalam jaringan yang kompleks disebut *Food Supply Chain*

*Network* dan untuk menganalisis rantai pasok yang kompleks dibutuhkan “bahasa” yang dapat mendeskripsikan rantai pasok, pihak yang terlibat, proses, produk, sumberdaya, manajemen, hubungan antar atribut dan hal lain yang yang tidak terdefinisi. Lambert dan Cooper (1998) mengidentifikasi, menganalisis, dan mengembangkan empat elemen yang dapat digunakan untuk menganalisis rantai pasok, yaitu struktur jaringan, rantai proses bisnis, manajemen rantai dan jaringan, dan sumberdaya rantai.

Manajemen rantai pasokan dapat dievaluasi dalam konteks jaringan rantai pasokan makanan yang kompleks, disebut juga sebagai *Food Supply Chain Network* (FSCN). Dalam FSCN, beberapa perusahaan yang berbeda berkolaborasi secara strategis dalam satu atau lebih area, sementara menjaga identitas dan otonominya sendiri (Lazzarini dalam Vorst, 2005). Ketika peneliti dan atau manajer mendiskusikan pengembangan jaringan dan rantai pasok yang potensial, dibutuhkan suatu kerangka kerja (*framework*) untuk mendeskripsikan rantai pasok, pelakunya, prosesnya, produk-produknya, sumberdaya dan manajemen, hubungan antara pelaku rantai pasokan dan jenis atribut terkait, dalam upaya untuk memungkinkan pelaku rantai pasokan saling mengerti perannya secara jelas (Vorst, 2005).

Kerangka yang dipakai untuk mendeskripsikan manajemen rantai pasok menggunakan kerangka *Food*

*Supply Chain Network* yang diadaptasi oleh Vorst (2006). Ada empat unsur utama didalam kerangka FSCN, unsur tersebut antara lain :

1. Struktur Rantai Pasok

Struktur rantai pasok menjelaskan mengenai batas jaringan rantai pasok dan mendeskripsikan anggota utama rantai pasok beserta peran setiap anggota rantai pasok. Selain itu struktur rantai pasok juga menjelaskan semua konfigurasi dan pengaturan kelembagaan atau unsur-unsur di dalam rantai pasok yang membentuk jaringan dan mendorong terjadinya berbagai proses bisnis.

2. Manajemen Jaringan dan Rantai

Manajemen jaringan dan rantai menjelaskan koordinasi dan struktur manajemen dalam jaringan yang memfasilitasi proses pengambilan keputusan dan proses eksekusi atau pelaksanaan aktifitas oleh para anggota dalam rantai pasok, dengan pemanfaatan sumberdaya rantai pasok untuk mewujudkan tujuan kinerja rantai pasok. Penerapan manajemen rantai pasok dapat menjabarkan pihak mana yang bertindak sebagai pengatur dan pelaku utama dalam rantai pasok. Selain itu, terdapat beberapa hal yang perlu dianalisis lebih lanjut seperti pemilihan mitra, kesepakatan kontraktual dan sistem transaksi

### 3. Proses Bisnis Rantai Pasok

Proses bisnis rantai pasok menjelaskan mengenai aktifitas bisnis yang dirancang untuk menghasilkan output tertentu (yang terdiri dari beberapa tipe fisik produk, layanan, dan informasi) untuk pelanggan atau pasar tertentu. Proses bisnis rantai pasok menjelaskan hubungan kegiatan bisnis rantai pasok dan pola distribusi.

### 4. Sumber Daya Rantai Pasok

Sumber daya rantai pasok menjelaskan sumberdaya yang digunakan untuk menghasilkan produk dan mengalirkannya hingga ke tangan konsumen (disebut juga pengubahan sumber daya). Sumber daya rantai pasok meliputi sumber daya fisik, teknologi, manusia, dan permodalan.

Prinsip manajemen rantai pasok pada dasarnya merupakan sinkronisasi dan koordinasi aktivitas-aktivitas yang terkait dengan aliran bahan baku atau produk, baik yang ada dalam suatu organisasi maupun antar organisasi. Sebuah rantai pasokan sederhana memiliki komponen-komponen yang disebut *channel* yang terdiri atas pemasok, manufaktur, *distribution centre*, *wholesaler* dan *retailer* yang semuanya bekerja menuju proses akhir. Sebuah rantai pasok bisa saja melibatkan sejumlah industri manufaktur dalam suatu rantai hulu ke hilir. Tidak selamanya sebuah rantai pasok berupa rantai lurus (Anatan dan Elitan, 2008).

---oo0oo---







## ANALISIS MANAJEMEN RANTAI PASOK MANGGA

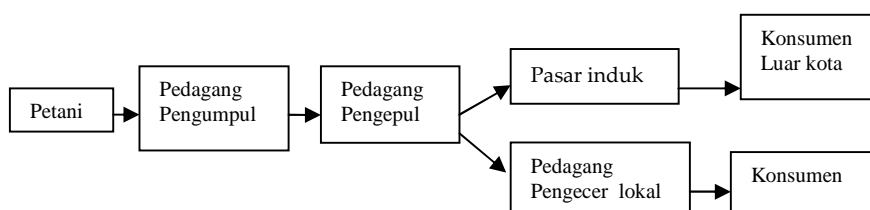
Salah satu langkah awal yang terpenting dalam melakukan analisis manajemen rantai pasokan (*supply chain management*) adalah dengan melakukan analisis terhadap model atau kondisi rantai pasokan yang terjadi. Dari hasil analisis dan evaluasi kondisi manajemen rantai pasokan tersebut, maka akan dihasilkan berbagai informasi menyangkut potensi, peluang serta hambatan maupun permasalahan yang terjadi dalam aliran rantai pasokan suatu produk. Informasi mengenai kondisi manajemen rantai pasokan tersebut kemudian menjadi suatu input bagi perbaikan kinerja dan pengembangan rantai pasokan tersebut.

Pembahasan mengenai manajemen rantai pasok mangga manalagi ini berdasarkan data yang diperoleh dari responden di Kabupaten Situbondo dengan menggunakan suatu kerangka kerja (*framework*) analisis rantai pasokan yang dikembangkan oleh Lambert dan Cooper dalam Vorst (2005) yang kemudian dimodifikasi oleh Vorst (2005). Kerangka analisis yang dikembangkan tersebut adalah *Food Supply Chain Networking* (FSCN). Pembahasan mengenai manajemen rantai pasok pada agribisnis mangga manalagi dengan menggunakan kerangka kerja FSCN di Situbondo

yang dilakukan oleh Puryantoro, P., Hani, E. S., & Subekti, S. (2018) akan menganalisis beberapa aspek yakni :

### 3.1 Struktur Rantai Pasok

Aliran rantai pasok mangga di Kabupaten Situbondo dipengaruhi oleh perbedaan cara penjualan produksi mangga oleh petani. Petani melakukan penjualan melalui pedagang pengumpul dan pedagang pengepul. Secara umum, aliran komoditas mangga ada tiga model rantai pasok. Model pertama untuk rantai pasok mangga dengan penjualan melalui pedagang pengumpul. Pada model rantai pertama ini petani menjual hasil produksi mangganya melalui pedagang pengumpul.



Gambar 3.1 Model Rantai Pasok melalui Pedagang Pengumpul

Berdasarkan kajian data primer pelaku rantai pasok mangga di Situbondo sebagai berikut :

#### Rantai 1 : Petani

Petani merupakan produsen yang menghasilkan mangga segar dengan melakukan proses budidaya/usahatani

mangga. Hasil produk tergantung pada pola dan teknologi budidaya yang diterapkan. Petani mangga menyiapkan produk.

#### Rantai 2 : Pedagang pengumpul

Pedagang pengumpul merupakan mata rantai kedua dalam rantai pasok mangga. Peran dari pedagang pengumpul adalah sebagai pengumpul hasil produksi dari petani produsen dengan melakukan pemanenan di kebun petani. Setelah pemanenan, pengumpul langsung membawanya ke pedagang pengepul.

#### Rantai 3. Pedagang Pengepul

Pedagang pengepul berperan penting dalam mata rantai pasok mangga karena yang menentukan/memutuskan harga jual yang pantas bagi produk sesuai dengan kualifikasi yang disusun dan perlakuan nilai tambah yang diperlukan. Pada mata rantai ini informasi dari pasar diterima seperti harga, kualitas, jumlah dan waktu pengiriman. Pedagang pengepul menerima mangga dari pedagang pengumpul.

#### Rantai 4. Pasar Induk/Pedagang Pengecer

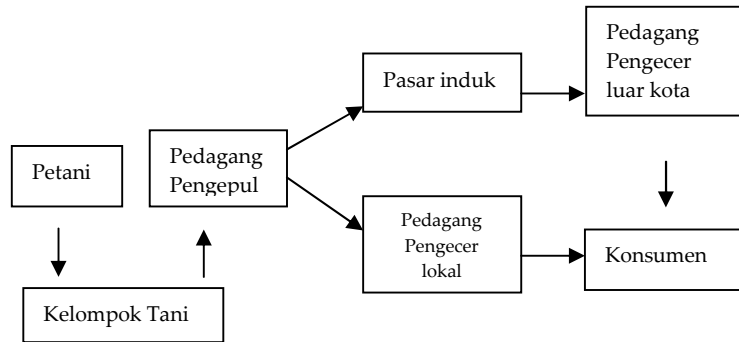
Pasar induk merupakan tempat transaksi jual beli mangga dari berbagai kabupaten/kota. Pasar induk yang menjadi sasaran mangga Situbondo adalah yang terdapat di Surabaya, Semarang, Yogyakarta, Malang dan Jakarta. Di

pasar induk inilah akan didistribusikan kembali ke pedagang pengecer luar kota. Selain terdistribusi ke Pedagang Pengecer di pasar induk, mangga juga terdistribusi ke *retailer* lokal di Situbondo

#### Rantai 5. Konsumen

Konsumen merupakan mata rantai terakhir dari rantai pasok, pada rantai inilah produk berakhir untuk dikonsumsi sebagai buah segar atau digunakan sebagai bahan baku olahan. Semua proses pembiayaan konsumen terhadap produk yang dibeli, untuk itu informasi tentang kebutuhan/keinginan konsumen merupakan penentu arah dari proses usahatani mangga.

Model kedua rantai pasok tanpa melalui rantai pengumpul seperti pada gambar 3.2



Gambar 3.2 Model Rantai Pasok melalui Kelompok Tani

Berdasarkan kajian data primer pelaku rantai pasok mangga di Situbondo sebagai berikut :

Rantai 1 : Petani

Petani merupakan produsen yang menghasilkan mangga segar dengan melakukan proses budidaya/usahatani mangga. Hasil produk tergantung pada pola dan teknologi budidaya yang diterapkan. Pada model kedua ini Petani mangga menyiapkan produk untuk langsung didistribusikann ke pedagang pengepul tanpa melalui pedagang pengumpul tetapi melalui kelompok tani melati 2.

Rantai 2. Pedagang Pengepul

Pedagang pengepul berperan penting dalam mata rantai pasok mangga karena yang menentukan/memutuskan harga jual yang pantas bagi produk sesuai dengan kualifikasi yang disusun dan perlakuan nilai tambah yang diperlukan. Pada mata rantai ini informasi dari pasar diterima seperti harga, kualitas, jumlah dan waktu pengiriman. Pedagang pengepul langsung menerima mangga dari petani.

Rantai 3. Pasar Induk/Pedagang Pengecer

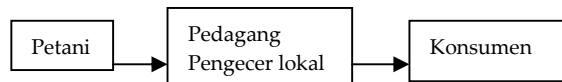
Pasar induk merupakan tempat transaksi jual beli mangga dari berbagai kabupaten/kota. Pasar induk yang menjadi sasaran mangga Situbondo adalah yang terdapat di

Surabaya, Semarang, Yogyakarta, Malang dan Jakarta. Di pasar induk inilah akan didistribusikan kembali ke pedagang pengecer luar kota. Selain terdistribusi ke *retailer* di pasar induk, mangga juga terdistribusi ke pedagang pengecer lokal di Situbondo.

#### Rantai 4. Konsumen

Konsumen merupakan mata rantai terakhir dari rantai pasok, pada rantai inilah produk berakhir untuk dikonsumsi sebagai buah segar atau digunakan sebagai bahan baku olahan. Semua proses pembiayaan konsumen terhadap produk yang dibeli, untuk itu informasi tentang kebutuhan/keinginan konsumen merupakan penentu arah dari proses usahatani mangga.

Model ketiga rantai pasok tanpa melalui rantai pengumpul dan pengepul seperti pada Gambar 3.3



Gambar 3.3 Model Rantai Pasok langsung pada pedagang pengecer

Berdasarkan kajian data primer pelaku rantai pasok mangga di Situbondo sebagai berikut :

#### Rantai 1 : Petani

Petani merupakan produsen yang menghasilkan mangga segar dengan melakukan proses budidaya/usahatani

mangga. Hasil produk tergantung pada pola dan teknologi budidaya yang diterapkan. Pada model ketiga ini Petani mangga menyiapkan produk dengan cara sistem sewa kepada pedagang pengecer.

#### Rantai 2. Pedagang Pengecer

Pedagang pengecer ini melakukan sistem sewa kepada petani dengan masa kontrak maksimal 5 tahun. Pedagang pengecer melakukan *grading*, *sortasi* dan *packing*.

#### Rantai 3. Konsumen

Konsumen merupakan mata rantai terakhir dari rantai pasok, pada rantai inilah produk berakhir untuk dikonsumsi sebagai buah segar atau digunakan sebagai bahan baku olahan.

Pada rantai pasok suatu komoditas terdiri dari dua jenis anggota rantai pasok, yaitu anggota primer dan anggota sekunder. Anggota primer adalah pihak-pihak yang terlibat secara langsung dalam kegiatan produksi dalam rantai pasok. Anggota sekunder adalah anggota rantai pasok yang tidak secara langsung terlibat dalam kegiatan produksi, namun memiliki pengaruh pada kegiatan bisnis dalam rantai pasok tersebut.

- Anggota Primer Rantai Pasok

Anggota primer pada rantai pasok mangga ini adalah petani mangga sebagai pemasok utama, pedagang

pengumpul dan pedagang pengepul, pedagang pengecer dan konsumen di pasar induk serta konsumen akhir.

- Anggota Sekunder Rantai Pasok

Anggota sekunder adalah pihak yang memperlancar kegiatan rantai pasok dalam menyediakan bahan baku yang dibutuhkan mulai dari kebutuhan budidaya, pemeliharaan, pemanenan, pascapanen dan transportasi.

Bahan baku untuk penanaman dan pemeliharaan berupa alat sarana dan produksi pertanian, dan untuk pemanenan, pascapanen dan transportasi berupa keranjang panen, timbangan, kotak karton, kotak peti, dokumen pengiriman dan alat tulis. Hubungan anggota primer dalam rantai pasok dengan anggota sekunder ini hanya berupa hubungan konsumen biasa yaitu hubungan yang tidak ada kerjasama antar anggota primer dan sekunder sededar hubungan penjual dan pembeli.

- Aktifitas Anggota Rantai Pasok

Berdasarkan hasil pengamatan di lapangan tentang rantai pasok mangga di Kabupaten Situbondo setidaknya terdapat 4 (empat) anggota rantai pasok. Setiap anggota rantai pasok mangga di Kabupaten Situbondo mempunyai peran yang berbeda antara satu dengan yang lainnya. Peran masing-masing anggota



dalam tipe rantai pasok mangga dijelaskan dalam Tabel 3.1

- Pola Aliran dalam Rantai Pasok

Ada tiga macam aliran yang harus dikelola dalam suatu rantai pasok. Pertama adalah aliran barang/komoditas yang mengalir dari hulu (*upstream*) ke hilir (*downstream*), kedua adalah aliran finansial/uang dari hilir ke hulu, dan yang ketiga adalah aliran informasi yang dapat mengalir dari hulu ke hilir atau sebaliknya.

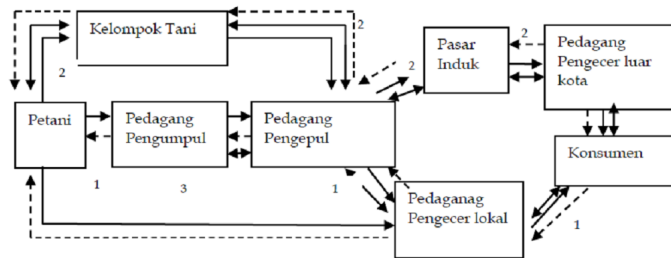
Tabel 3.1 Fungsi dan Aktifitas Anggota Rantai Pasok Mangga di Kabupaten Situbondo

Anggota Rantai Pasok	Fungsi	Aktifitas
Petani Mangga	Pertukaran	Pembelian, Penjualan
	Fisik	Penanaman, Pemeliharaan
Pedagang Pegumpul	Pertukaran	Pembelian, Penjualan
	Fisik	Pemanenan, Pengangkutan Lokal, Penyimpanan
	Fasilitas	Peminjaman Modal, Penanggungan Resiko
Pedagang Pengepul	Pertukaran	Pembelian, Penjualan
	Fisik	Pemanenan, Sortasi,

		Grading, Packing Pengangkutan Antarkota, Penyimpanan,
	Fasilitas	Peminjaman Modal, Penanggung Resiko, Informasi Pasar
Pedagang Pengecer	Pertukaran	Pembelian, Penjualan, Sortasi, Grading
	Fisik	Penyimpanan

Sumber : Observasi di Lapangan

Gambar 3.4 menunjukkan pola aliran dalam rantai pasok mangga di Kabupaten Situbondo berdasarkan hasil penelitian terhadap petani mangga, pedagang pengumpul, pedagang pengepul dan pedagang pengecer mangga.



Gambar 3.4 Pola Aliran dalam Rantai Pasok Mangga di Kabupaten Situbondo

Keterangan :

- Aliran barang
- ↔ Aliran Informasi
- ←- - - Aliran finansial/uang

Aliran komoditas mangga terdiri dari 3 pola :

Pola 1 : dimulai dari petani mangga dikumpulkan oleh pedagang pengumpul. Pengumpul menghantarkan mangga kepada pedagang pengepul menggunakan moda transportasi *pick up*, sepeda motor dan sepeda pedal. Sesampainya di pedagang pengepul mangga kembali didistribusikan melalui pedagang pengecer dalam kota dan pasar induk luar kota yang dikemas dalam kotak peti dengan menggunakan truck pengangkut barang dan sampailah kepada konsumen akhir.

Pola 2 : Mangga mengalir dari petani langsung ke pedagang pengepul melalui kelompok tani untuk berikutnya dikelola hingga ke konsumen.

Pola 3 : Pedagang pengecer lokal memiliki pola sendiri dalam mendistribusikan produk mangga hingga sampai ke konsumen, pola ini lebih singkat yakni pedagang pengecer melakukan sistem sewa dengan petani langsung dan produknya langsung dijual ke konsumen di kios yang dimiliki pedagang pengecer.

Aliran finansial mengalir dari konsumen, pedagang pengecer lokal, serta pedagang pengecer luar kota di pasar induk, pedagang pengepul, pedagang pengumpul dan petani. Untuk petani yang menjual langsung pada pedagang pengepul, aliran *finansial* lebih pendek yaitu konsumen, pedagang pengecer, pedagang luar kota dan petani. Aliran uang lebih pendek lagi adalah aliran dari retailer yang melakukan pembelian mangga langsung ke

petani, uang mengalir dari konsumen ke pedagang pengecer lokal dan langsung ke petani. Pedagang pengecer di pasar induk dan pedagang pengepul membayar dengan sistem tunda paling lama 1 minggu. Pada petani, pedagang pengumpul membayar langsung sesuai dengan jumlah mangga yang diambil.

Sistem komunikasi belum terintegrasi dengan baik antara anggota primer dalam rantai pasok. Aliran informasi hanya terjadi pada konsumen akhir, pedagang pengecer, pedagang pengepul dan pedagang pengumpul. Sementara petani tidak mendapatkan informasi baik mengenai harga, kualitas dan kuantitas yang diinginkan konsumen maupun mengenai pasar kecuali petani yang tergabung dalam kelompok tani dan atau pedagang pengecer yang membeli produk langsung dari petani.

## **3.2 Manajemen Jaringan dan Rantai**

### **3.2.1 Struktur Manajemen**

Struktur manajemen menjelaskan tentang aspek-aspek tindakan pada setiap tingkatan manajemen dalam anggota rantai pasok. Tindakan tersebut menjelaskan langkah yang diambil oleh anggota rantai pasok dalam menindaklanjuti setiap tingkat manajemen yang terdiri dari strategi, koordinasi/kolaborasi, perencanaan, evaluasi, transaksi dan kemitraan.

Petani sebagai produsen utama yang memproduksi mangga. Pengumpul mengorganisir hasil panen petani,

melakukan pemanenan dan mengirimkannya ke pedagang pengepul. Pedagang pengepul melakukan penanganan pascapanen seperti pembersihan, pengemasan, *sortasi*, *grading* dan *packing* serta aktivitas distribusi ke pasar induk luar kota/ pedagang pengecer lokal dan memberikan *order* pada pengumpul dan petani yang tergabung dalam kelompok tani.

Rantai pasok mangga di Kabupaten Situbondo belum seluruhnya menggunakan sistem manajemen yang baik. Koordinasi antara pedagang pengumpul dengan petani tidak termanajemen dengan baik hal ini terlihat ketika pengumpul akan melakukan panen mangga tidak adanya perencanaan tanpa melihat peluang pasar di pengepul.

### **3.2.2 Pemilihan Mitra**

Menurut Qhoirunisa (2014) pemilihan mitra adalah proses memilih rekan kerja untuk dapat bekerja sama dalam suatu usaha. Kinerja mitra yang dipilih oleh anggota rantai pasok akan menentukan suatu usaha dan dalam rangka mencapai tujuan rantai pasok yaitu memenuhi kepuasan konsumen diperlukan pemilihan mitra sesuai kebutuhan anggota rantai pasok. Petani mangga di Situbondo memiliki kriteria didalam menentukan siapa yang dapat menjadi mitra didalam menjual hasil panennya. Kriteria/alasan petani mangga didalam menentukan siapa pembeli mangga adalah yang pertama karena penawar dengan harga tinggi serta karena alasan langganan yang membeli mangganya.

Sementara pertimbangan petani mangga menjual mangga kepada langganan karena langganan tersebut selalu membayar di muka dan petani sudah percaya kepada langganan tersebut. Langganan tersebut biasanya memiliki kedekatan lokasi dengan petani mangga Alasan petani berikutnya dalam memilih mitra/pembeli mangganya adalah karena telah terikat pinjaman utamanya petani yang melakukan penjualan mangga dengan sistem ijon/kontrak.

Kriteria pemilihan mitra yang ditetapkan oleh pedagang pengumpul dalam memilih petani mangga yang menjadi mitranya adalah yang sudah menjadi langganan sehingga antara keduanya lebih mengandalkan kepercayaan yang tumbuh karena adanya rasa saling membutuhkan dan menguntungkan. Petani yang sudah lama menjadi mitra dengan pedagang pengumpul ketika akan menjual hasil panen cukup menghubungi antara empat hari hingga seminggu sebelum panen, sehingga ketika panen tiba, pedagang pengumpul akan menjemput langsung ke lokasi kebun milik petani. Tetapi berbeda apabila sistem penjualan mangga kepada pengumpul dilakukan dengan cara sistem ijon, kemitraan akan terjalin sesuai kesepakatan petani dengan pengumpul. Hubungan yang erat antar anggota rantai pasok (petani dengan pedagang pengumpul) menyebabkan sangat mudah bermitra satu sama lain, namun kesepakatan biasanya dilakukan karena dasar referensi dari mitra yang telah bertahun-tahun memiliki hubungan kerja.

Kriteria pemilihan mitra yang dilakukan pedagang pengumpul dan pedagang pengepul pun kurang lebih sama, pedagang pengumpul akan memilih mitra pedagang pengepul yang memiliki modal besar agar mendapatkan pembayaran yang cepat sehingga dana dapat bergulir dengan lancar pula pada petani dan bersedia memberikan bantuan peminjaman peralatan produksi, bersedia untuk saling berbagi informasi teknis budidaya, bersedia berbagi informasi pasar yang akan dituju dan kesanggupan pedagang pengepul dalam menyediakan dana tunai pada saat transaksi.

Pedagang pengepul memilih pedagang pengumpul berdasarkan referensi dari pedagang pengumpul lainnya, apabila pedagang pengumpul tersebut tidak memiliki masalah dan memiliki jaringan petani yang luas maka pedagang pengumpul akan direkrut sebagai mitra pedagang mangga pengepul.

Pihak pedagang pengepul juga memiliki beberapa kriteria dalam memilih mitra pedagang pengecer (pasar induk). Setidaknya terdapat empat buah prasyarat penting yang menjadi kriteria dalam pemilihan mitra yakni penentuan harga mangga yang menguntungkan, transparansi informasi, komitmen dalam keberlanjutan kerjasama dalam jangka waktu yang lama dan birokrasi yang tidak berbelit-belit. Penentuan harga mangga dan transparansi informasi ditujukan menjaga posisi tawar serta mendistribusikan keuntungan dan manfaat kemitraan

secara adil kepada petani mitra. Komitmen dalam keberlanjutan kerjasama dalam jangka waktu yang panjang ditujukan kepada pembentukan kemitraan yang berkesinambungan sehingga menjaga kerjasama yang menguntungkan. Sedangkan birokrasi yang tidak berbelit-belit ditujukan agar dalam kegiatan transaksinya nanti tidak memakan waktu yang cukup lama, sehingga menghemat waktu dalam prosesnya.

Pihak pedagang pengecer diluar kota maupun lokal sebagai pelaku rantai pasokan mangga sebelum sampai ke tangan konsumen juga memiliki kriteria tertentu dalam memilih mitra pemasoknya. Kriteria utama dari pemilihan pemasok mangga oleh pedagang pengecer antara lain terkait dengan kemampuan pemasok dalam menghasilkan mangga berkualitas yang sesuai dengan keinginan konsumen akhir, sanggup mensuplai tepat waktu dan tepat jumlah mangganya, berkomitmen dalam bekerjasama dan mempunyai reputasi yang baik sebagai penghasil mangga. Aspek kualitas mangga yang sesuai dengan keinginan konsumen akhir menjadi hal sangat diperhatikan, mengingat konsumen yang datang berbelanja ke pedagang pengecer sangat memperhatikan penampilan mangga, rasa mangga dan ukuran mangga.

### **3.2.3 Sistem Kontraktual**

Pengelolaan rantai secara terintegrasi yang melibatkan beberapa pihak membutuhkan suatu kesepakatan bersama.



Kesepakatan bersama tersebut merupakan komitmen yang kemudian dituangkan dalam bentuk kontrak kerjasama di antara pelaku rantai pasokan mangga. Dalam pembuatan kesepakatan kontraktual dengan pihak lain pada dasarnya mempunyai tujuan yang hendak dicapai. Adanya kesepakatan kontraktual yang dibuat antar anggota rantai pasokan menandakan bahwa terdapat keterbatasan pada masing-masing anggota rantai pasokan tersebut. Tujuannya dibuat kesepakatan tersebut adalah untuk mengembangkan kerjasama dengan mitra agar kedua belah pihak mendapatkan keuntungan dan saling menutupi keterbatasan masing-masing.

Kesepakatan kontraktual umumnya dibuat untuk tujuan kerjasama jangka panjang. Dengan terbangunnya kerjasama atau kemitraan, diharapkan semua anggota rantai pasokan yang terlibat dapat mengoptimasi penggunaan sumber dayanya untuk mencapai keuntungan yang maksimal dan meminimumkan resiko sehingga anggota rantai pasokan yang terlibat tersebut dapat berkembang dengan cepat.

Diantara anggota rantai pasokan mangga tidak ada kontrak secara tertulis baik dari pihak pedagang pengepul kepada pengumpul dan petani. Kerjasama dilakukan dengan menggunakan prinsip kepercayaan dengan memegang komitmen, rasa saling ketergantungan, dan saling membutuhkan satu sama lain. Petani hanya akan

menjual mangganya pada pengumpul yang siap membayar ketika petani membutuhkan uang (untuk sistem tebasan).

Pengumpul juga hanya akan menjual mangga pada pedagang pengepul yang memberikan harga tertinggi dan atau yang telah memberikan bantuan sarana produksi mangga petani. Pada sistem penjualan secara tebasan/ijon sistem kontraktual antara petani dan pengumpul hanya berupa kuitansi pembayaran.

Begitupun kontraktual antara pedagang pengepul dengan pedagang kios di pasar induk hanya berdasarkan kepercayaan atas kerjasama yang telah terjalin tanpa adanya kontrak tertulis. Kesepakatan lainnya yang tak tertulis adalah mengenai komisi penjualan mangga di pasar induk sebesar 10% untuk pedagang kios dari harga jual mangga dipasar tidak tertera dalam kontrak.

Kesepakatan tertulis yang ditemui di lapangan hanya terdapat pada 1 pedagang pengecer yang memiliki kios di pinggir jalan pantura kecamatan Kapongan. Pedagang pengecer lokal ini melakukan kontrak tertulis dengan petani yang salah satu isi kontraknya fokus pada masa lama kontrak mangga. Pedagang pengecer ini mendistribusikan produk mangga hanya dengan pola dua arah petani ke *retailer*.

Hal ini mengartikan bahwa untuk sistem kontraktual sesama anggota rantai pasok mangga masih belum terdokumentasikan dengan baik.

### **3.2.4 Sistem Transaksi**

Sistem pembayaran pada tingkat petani dilakukan secara langsung berupa banyak hasil panen dari kebun/pekarangan, hasil tersebut yang harus dibayar oleh pengumpul. Untuk sistem penjualan mangga secara ijon transaksinya dilakukan diawal kesepakatan kerjasama. Sedangkan sistem pembayaran di tingkat pengumpul dilakukan dengan berbagai cara, tergantung kesepakatan pengumpul dan pedagang pengepul. Kesepakatan tersebut berupa pengumpul dibayar langsung oleh pedagang pengepul pada saat mengirim mangga langsung ke lokasi pedagang ataupun dengan pembayaran tunda. Penundaan pembayaran biasanya bisa sampai sekitar 1 minggu.

Transaksi antara pedagang pengepul dengan pedagang pengecer di pasar induk luar kota maupun pedagang pengecer lokal sistem pembayaran juga dilakukan dengan pembayaran tunda. Penundaan pembayaran biasanya bisa sampai sekitar 1 minggu atau sesuai dengan lakunya mangga di pasar induk.

## **3.3 Sumber Daya Rantai**

### **3.3.1 Sumber Daya Fisik**

Sumber daya fisik yang dimiliki petani mangga adalah lahan pekarangan atau lahan kering/tegal dengan luas yang beragam, antara 0.1 sampai dengan 1 hektar. Berbeda dengan petani yang telah bergabung dengan kelompok tani memiliki lahan tegal yang khusus untuk

budidaya mangga. Petani mangga juga memiliki peralatan yang digunakan dalam budidaya mangga, peralatan yang dimiliki adalah cangkul, parang dan arit. Beberapa petani yang menjual langsung hasil panen ke pedagang pengepul melalui kelompok tani juga memiliki alat petik buah untuk proses pemanenan. Sumberdaya fisik yang sangat berpengaruh adalah jalan, dan hingga saat ini banyak diantara petani yang memiliki lahan yang sulit diakses oleh kendaraan bermotor, hal ini menyebabkan ongkos angkut yang ditanggung oleh petani menjadi besar.

Sumber daya fisik yang dimiliki oleh pedagang pengumpul meliputi lahan, prasarana pendukung, dan kendaraan. Terdapat beberapa pedagang pengumpul yang juga melakukan kegiatan budidaya mangga. Sumber daya fisik peralatan budidaya sebagai prasarana pendukung yang dimiliki oleh pedagang pengumpul sama seperti peralatan yang dimiliki oleh petani mangga. Pedagang pengumpul lebih banyak memerlukan sumber daya fisik untuk melakukan aktifitas pemasaran mangga seperti keranjang dan tali rafia. Pedagang pengumpul menggunakan kendaraan berupa sewa mobil *pick up*, sepeda motor dan sepeda pedal untuk melancarkan proses pembelian dan penjualan.

Sumberdaya fisik yang dimiliki oleh pedagang pengepul lebih banyak dibanding dengan pedagang pengumpul. Pedagang pengepul memiliki gudang, timbangan, kendaraan serta pegawai yang lebih banyak

karena pedagang luar kota memiliki kegiatan sortasi, *packing* dan *grading* mangga. Pedagang pengepul juga memiliki alat semprot untuk pembasmian hama dan penyakit tanaman mangga untuk dipinjamkan kepada pedagang pengumpul mitra agar tanaman mangga petani yang terikat kontrak dengan pengumpul menghasilkan mangga yang berkualitas.

### **3.3.2 Sumberdaya Teknologi**

Penerapan teknologi sangat penting untuk menciptakan produk mangga yang berkualitas. Saat ini, penerapan teknologi yang diterapkan oleh pedagang pengumpul maupun pedagang pengepul terbilang tepat guna. Hal ini berbeda dengan petani mangga yang tidak semuanya mengetahui tentang teknologi budidaya mangga yang tidak tergabung dalam kelompok tani mangga.

Transfer informasi mengenai kegiatan produksi dari pedagang pengepul ke pedagang pengumpul atau sebaliknya kerap dilakukan, hal ini dilakukan untuk menyamakan persepsi mereka dalam menciptakan mangga yang diinginkan oleh konsumen. Salah satu teknologi tepat guna yang dilakukan pedagang pengumpul kepada petani mangga yang sistem penjualannya dilakukan dengan cara sewa/ijon adalah kegiatan pemupukan dan pemberantasan hama penyakit serta obat perangsang buah. Tujuan dilakukannya teknologi tersebut adalah untuk menjaga kualitas pohon mangga agar tidak terserang penyakit dan

merangsang pohon agar cepat berbunga lalu berbuah tepat waktu bahkan sebelum musim.

Teknologi tepat guna ini dilakukan dimulai pada saat mulai ada perjanjian sewa/ijon dengan petani hingga musim terakhir di tahun sewa/ijon. Selain teknologi tepat guna, para pedagang pengumpul juga menggunakan teknologi modern. Salah satu contoh teknologi modern yang digunakan adalah dengan menggunakan *power sprayer* untuk menyemprot pohon mangga mereka. Teknologi tepat guna dan teknologi modern yang dikombinasikan dalam kegiatan produksi ini dapat menunjang kegiatan produksi sehingga mampu menghasilkan produk yang berkualitas.

### **3.3.3 Sumberdaya Manusia**

Sumberdaya manusia pada rantai pasok mangga melibatkan pihak-pihak terkait yang saling berinteraksi sehingga terjadi pengaliran produk, informasi, dan uang. Sumberdaya rantai pasok terdiri dari petani, pedagang pengumpul, pedagang pengepul, pedagang pengecer, pegawai atau buruh dan konsumen. Petani adalah sumberdaya rantai yang paling penting. Petani bertugas memproduksi mangga sehingga tanpa petani tidak ada yang bisa memproduksi mangga. Petani pada rantai pasok mangga di Situbondo tidak memiliki tingkat keahlian yang baik untuk memproduksi mangga. Petani yang mempunyai 3-5 pohon mangga manalagi hanya menjadikan tanaman mangga sebagai usaha sampingan sehingga menganggap

pengetahuan tentang budidaya tanaman mangga tidak terlalu penting sehingga mereka lebih cenderung melakukan sistem penjualan mangga dengan pola sewa atau ijon yang perawatan mangganya diserahkan kepada pedagang pengumpul yang menyewa mangga tersebut.

Petani yang memiliki lebih dari 10 pohon mangga dan ditanam di lahan tegal mereka akan memperhatikan perawatan tanaman mangganya karena sebagian besar petani yang mempunyai lebih 10 pohon mangga akan mendistribusikan mangga hasil panen langsung ke pedagang pengepul melalui kelompok tani tanpa melalui pengumpul.

Pedagang pengumpul mempunyai maksimal 5 orang pegawai yang akan membantu proses pemanenan dan pemeliharaan tanaman mangga petani. Pegetahuan pengumpul sudah paham dengan cara budidaya dan sistem pemanenan mangga sehingga kualitas mangga tetap terjaga hingga sampai ke pedagang pengepul.

Pedagang pengepul ini memiliki sumberdaya yang lebih banyak dibanding dengan anggota rantai pasok lainnya. Sumberdaya manusia yang dimiliki mencapai antara 5-15 pegawai. Sementara *retailer* lokal memiliki 2 karyawan untuk *shift* di kios.

#### **3.3.4 Sumberdaya Modal**

Aspek permodalan dalam rantai pasok mangga ini dapat dikatakan belum mapan. Pembiayaan khususnya ke

anggota rantai pasok petani masih sulit karena dari segi kelayakan usahanya belum memenuhi syarat. Disamping dilihat dari aspek kelayakan usaha (kondisi fisik, sarana produksi, dan penjualan), evaluasi dan peninjauan juga dilakukan terhadap kelayakan aspek keuangan. Pihak bank dalam mengadakan evaluasi juga memastikan bagaimana pengelolaan kredit dan persyaratan lainnya dapat dikelola dengan baik oleh petani sehingga mampu menunjang keberhasilan proyek pembiayaan. Kredit yang disalurkan untuk pembiayaan ini dapat dipilih berdasarkan besarnya tingkat bunga yang sesuai dengan bentuk usaha petani, sehingga mengarah pada perolehan pendapatan bersih petani yang paling besar. Petani memperoleh modal usaha dari modal sendiri dan mendapat pinjaman modal dari perbankan atau pinjaman dari pedagang pengepul.

Dalam pelaksanaannya, bank harus dapat mengatur cara petani dalam mencairkan kredit dan mempergunakannya untuk keperluan operasional lapangan, dan bagaimana petani dapat membayar angsuran pengembalian pokok pinjaman tersebut beserta bunganya tepat waktu. Resiko keterlambatan pengembalian pinjaman inilah sehingga terkadang lembaga pembiayaan lebih enggan untuk menyalurkan kreditnya ke petani, dibandingkan dengan menyalurkan ke pedagang. Sementara pedagang pengumpul modal berasal dari pinjaman bank, pinjaman dari pedagang pengepul dan



modal sendiri. Sementara pedagang pengepul memperoleh modal bersumber dari pinjaman bank.

Tabel 3.2 Sumber Modal Anggota Rantai Pasok Mangga di Situbondo

Anggota Rantai Pasok	Sumber Modal		
	Modal Sendiri	Pinjaman Bank	Pinjaman Pihak Anggota Rantai Pasok
Petani	73%	10%	17%
Pedagang Pengumpul	25%	35%	5%
Pedagang Pengepul	-	100%	-
Pedagang Pengecer Lokal	-	100%	-

Sumber : Data Primer Diolah, 2016

Petani yang memiliki lebih dari 10 pohon mangga dan pedagang pengumpul jika tidak memiliki modal berupa pestisida dan permodalan untuk perawatan pohon mangga disediakan oleh pedagang pengepul dengan kesepakatan dan jaminan bahwa mangganya akan dijual pada pedagang pengepul tersebut.

### 3.4 Proses Bisnis Rantai Pasok

#### 3.4.1 Hubungan Kegiatan Bisnis Rantai Pasok

Hubungan kerjasama antara petani, pengumpul dan pedagang pengepul dan retailer merupakan satu hal yang perlu dianalisis dalam rantai pasok. Ada hubungan yang

harus dibina selain hubungan profesi untuk tetap menjaga hubungan baik, maka pedagang pengepul tidak segan-segan untuk memberikan bantuan kepada petani/pengumpul ketika mereka sedang membutuhkan, misalnya untuk memenuhi kebutuhan rumah tangga petani atau pengumpul. Pengumpul mengetahui dengan pasti karakteristik petani yang sangat sensitif, sehingga memang untuk hubungan ini harus dilakukan perlakuan khusus, misalnya dengan memberikan uang untuk membayar uang sekolah anak ataupun untuk membeli beras keluarga tersebut.

Hubungan yang dijalin seperti ini cukup memuaskan kedua pihak, karena dipandang saling menguntungkan untuk kedua belah pihak. Hal ini juga yang menjadikan saling ketergantungan antara kedua belah pihak. Ketergantungan yang dimaksud disini adalah kekuatan utama dalam pengembangan solidaritas rantai pasok (Bowersox dan Closs dalam Wisudawati, 2010). Hubungan kesalingtergantungan ini adalah apa yang dimotivasi keinginan untuk menegosiasikan transfer fungsional, berbagai informasi kunci, dan berpartisipasi dalam perencanaan operasional bersama.

### **3.4.2. Pola Distribusi**

Pola distribusi dalam rantai pasokan mangga menjabarkan tiga komponen utama, yakni aliran produk (mangga), aliran uang, dan aliran informasi. Proses

penyampaian tiga komponen tersebut penting diketahui agar dapat dianalisis apakah aliran distribusi dalam rantai pasokan sudah berjalan lancar atau masih terkendala.

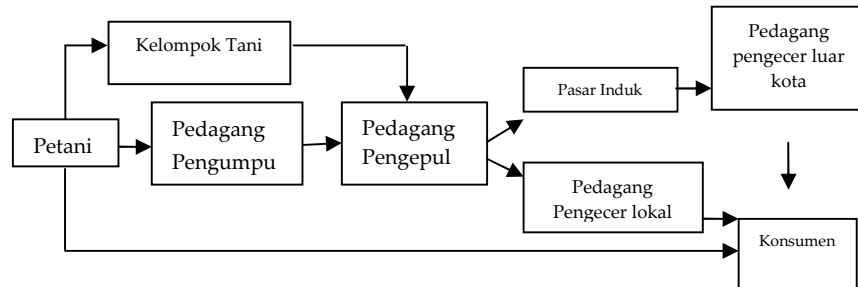
### **1. Aliran Produk**

Aliran produk berawal dari petani dimana petani menanam mangga manalagi yang panen setahun sekali. Pada bulan Juni – Desember menjadi bulan musim mangga. Dari hasil penelitian diketahui bahwa 60% atau 18 orang dari 30 sampel petani mangga mengusahakan mangga pada lahan pekarangan yang mereka miliki, 23% mangga diusahakan pada lahan tegal dan tumpangsari dengan tanaman pangan dan 17% budidaya mangga pada lahan tegal secara monokultur. Proses pemanenan mangga biasanya hanya berlangsung 1 hari saja yang dilakukan oleh pedagang pengumpul jika petani menjual mangga dengan sistem tebasan ataupun ijon dan sewa. Petani di daerah penelitian melakukan penjualan mangga kepada pedagang pengumpul dengan sistem tebasan sebanyak 16,7% dan sistem ijon sebanyak 76,7 % dan sistem sewa sebanyak 6,6%. Dalam mengalirkan produk mangga manalagi petani tidak mengalami kesulitan untuk menjual produknya. Sebelum mangga mengalir ke pedagang pengepul ataupun pedagang pengumpul tidak satupun dari petani yang melakukan *sortasi*, *grading* maupun *packing* mangga. Hal tersebut dikarenakan petani hanya menganggap usaha tani mangga sebagai penghasilan sampingan yang tidak begitu banyak berpengaruh terhadap pendapatan terlebih bagi mereka

yang melakukan penjualan dengan sistem ijon/kontrak seluruh perawatan tanaman diserahkan kepada penyewa pohon mangga tersebut.

Terkecuali petani mangga yang tergabung dalam kelompok tani melati 2 di Desa Kapongan Kecamatan Kapongan melakukan perawatan tanaman mangga sendiri karena telah bermitra dengan pedagang pengepul sehingga mendapatkan bantuan pinjaman modal pengobatan untuk perawatan tanaman. Setelah mangga siap panen, pedagang pengumpul yang menebas atau menyewa pohon mangga petani akan melakukan pemanenan. Dari pedagang pengumpul kemudian dibawa ke pedagang pengepul, sesampainya di pedagang pengepul inilah dilakukan kegiatan *sortir*, *grading* dan *packing* mangga. Sementara itu untuk petani yang tergabung dalam kelompok tani mangga melati 2 di Desa Kapongan aliran produk langsung ke pedagang pengepul tanpa melalui pedagang pengumpul. Dari tangan pedagang pengepul dilanjutkan lagi distribusi mangga ke pasar induk di beberapa kota tujuan seperti Jakarta, Yogyakarta, Surabaya dan Malang melalui kios di pasar induk lalu terdistribusi melalui pengecer luar kota. Sementara pedagang pengecer lokal mendapatkan produk langsung dari petani mangga untuk kemudian didistribusikan ke konsumen di kios mangga. Secara otomatis peran pedagang pengecer lokal ini bertambah untuk melakukan *sorting*, *grading* dan *packing*.

Aliran produk mangga dari petani hingga pedagang pengepul belum terintegrasikan dengan baik, belum ada siklus yang pasti sehingga baik waktu pengiriman ataupun kuota yang dikirim tidak bisa diprediksi dengan baik, begitupun aliran produk dari pedagang pengepul ke pasar induk juga tidak dapat diprediksi baik kuota, waktu pengiriman, dan harga yang diperoleh.



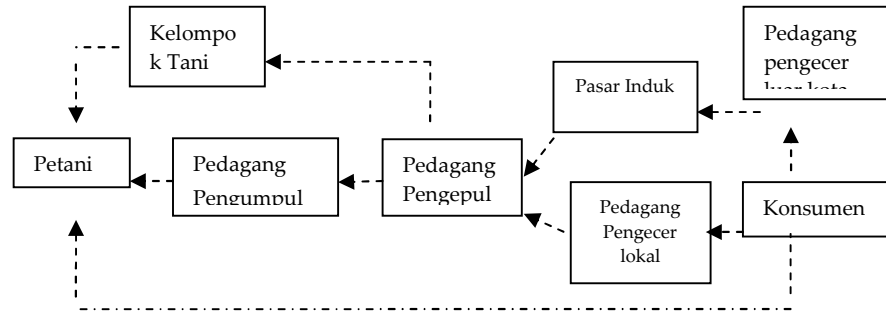
Gambar 3.5 Aliran Produk Rantai Pasok Mangga di Kabupaten Si tubondo

Keterangan :

→ Aliran Produk

## 2. Aliran Finansial

Modal merupakan komponen penting dalam rantai pasokan mangga yang digunakan untuk kegiatan budidaya serta pembelian mangga dari petani. Modal usaha untuk kegiatan pemeliharaan seperti pembelian bibit, pupuk dan upah tenaga kerja selama ini petani menggunakan modal sendiri serta pinjaman dari pedagang pengepul maupun perbankan.



Gambar 3.6 Aliran Finansial Rantai Pasok Mangga di Kabupaten Situbondo

Keterangan :

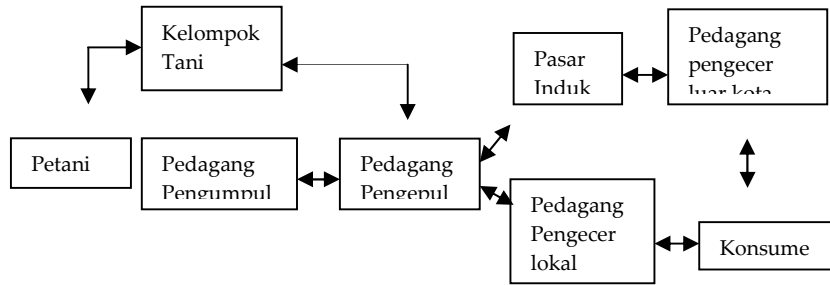
-----> Aliran uang

Aliran finansial berawal dari konsumen baik konsumen dari luar kota yang pembeliannya melalui pasar induk maupun konsumen dalam kota yang melakukan pembelian melalui pedagang pengecer lokal dimana konsumen mengalirkan uang melalui pembelian buah mangga yang sesuai dengan kriteria mereka. Konsumen melakukan pembayaran secara tunai kepada *retailer*. Pedagang pengecer di pasar induk mengalirkan uang ke pedagang pengepul dengan pembayaran tunda maksimal 1 minggu. Waktu penundaan pembayaran ini tergantung pada cepat tidaknya mangga laku di pasar, semakin cepat mangga laku maka pengiriman uang ke pedagang pengepul juga akan semakin cepat dengan sistem pembayaran melalui transfer perbankan. Sesampainya uang di pedagang pengepul, uang berikutnya

mengalir ke pedagang pengumpul di tempat/kios mangga milik pengepul lalu mengalir ke petani melalui pedagang pengumpul atau kelompok tani. Petani yang tergabung dalam kelompok tani sendiri meminjam modal kepada pedagang pengepul tanpa jaminan apa-apa hanya bermodal kepercayaan dan faktor kedekatan. Pinjaman sendiri dikatakan sebagai pinjaman pribadi bukan modal usaha. Biasanya pinjaman ini berupa benih, pupuk, dan uang. Pengelolaan aliran finansial rantai pasok mangga di Situbondo bisa dikatakan sudah dikelola dengan baik, kekurangannya hanya tidak adanya kesepakatan tertulis di semua anggota rantai pasok termasuk mengenai kesepakatan komisi 10% dari pedagang pengepul untuk setiap mangga yang laku terjual pada kios di pasar induk

### 3. Aliran Informasi

Aliran distribusi informasi merupakan komponen yang sangat penting untuk diperhatikan guna pencapaian tujuan dari rantai pasokan. Distribusi informasi yang baik di antara pelaku rantai pasokan dapat menciptakan hubungan yang baik dan transparan sehingga mampu meningkatkan kepercayaan serta komitmen dalam menjalankan hubungan kerjasama. Aliran informasi antara pelaku harus dikelola dengan baik secara bersama untuk menghindari *asymmetric information* yang akan menghambat efektifitas serta berpotensi menimbulkan kecurangan dalam suatu kemitraan.

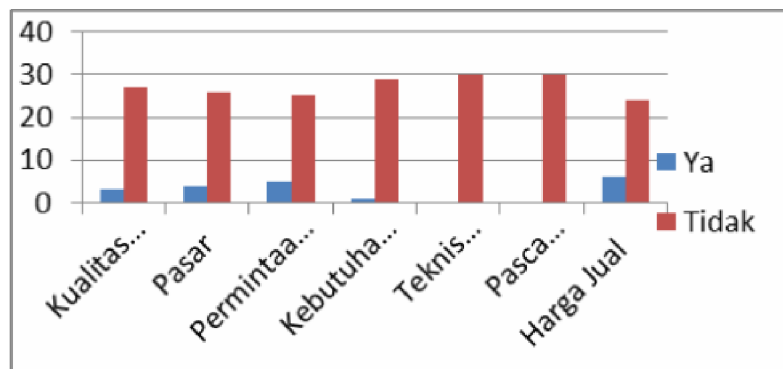


Gambar 3.7 Aliran Informasi Rantai Pasok Mangga di Kabupaten Situbondo

Keterangan :

←→ Aliran Informasi

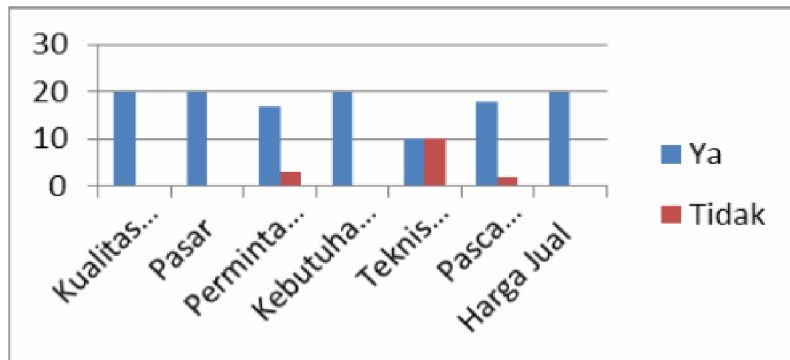
Aliran informasi yang terjadi antara anggota rantai pasok adalah kualitas mangga yang diminati konsumen, pasar akhir, jumlah permintaan, teknis budidaya, pasca panen dan harga jual mangga. Informasi soal harga terjadi antar pelaku yang terlibat didalam aliran finansial, informasi tersebut mengalir dari pedagang pengecer di pasar induk, pengepul, pengumpul dan ke petani.



Gambar 3.8 Aliran informasi yang diterima oleh petani



Petani sebanyak 83,33% tidak mendapatkan informasi mengenai teknis budidaya dan penanganan pasca panen dari anggota rantai pasok berikutnya (pedagang pengumpul dan pedagang pengepul). 16,67% mendapat aliran informasi dari anggota rantai pasok lainnya karena tergabung dengan kelompok tani melati 2. Seperti terlihat pada gambar 4.11 mengenai grafik aliran informasi yang diterima oleh petani.



Gambar 3.9 Aliran informasi yang diterima oleh pedagang pengumpul

Salah satu alasan yang disampaikan oleh pedagang mengenai tidak disampaikannya informasi pasar dan harga jual mangga kepada petani karena pedagang khawatir petani akan menjual sendiri mangganya ke konsumen akhir. Hal tersebut berbeda dengan aliran informasi yang diterima oleh pedagang pengumpul dari pedagang pengepul. Pedagang pengumpul 100% atau keseluruhan pedagang pengumpul mendapat informasi dari pedagang pengepul mengenai kriteria mangga manalagi berkualitas yang

diminati oleh konsumen, pasar mangga, kebutuhan pasar dan harga jual mangga di pasar

---oo0oo---



## STRATEGI PENINGKATAN DAYA SAING MANGGA

Sistem pasokan mangga di Situbondo banyak melibatkan pelaku rantai pasok seperti dijelaskan pada bab sebelumnya. Banyaknya pelaku rantai pasok ini tentunya perlu strategi dari masing-masing rantai pasokan agar kegiatan usahatani mangga dapat berdaya saing berjalan dengan efektif dan efisien serta terjadi pemerataan pendapatan antar rantai.

### **4.1 Perumusan Strategi Manajemen Rantai Pasok Mangga di Kabupaten Situbondo dengan AHP**

#### **4.1.1 Perumusan Faktor Internal dan Faktor Eksternal Pada Rantai Pasok Petani**

Berdasarkan dokumen-dokumen, kajian literatur, berita-berita yang dimuat di media lokal, survei, serta data yang diperoleh melalui FGD bersama petani mangga, maka diperoleh elemen faktor-faktor internal dan eksternal.

Penilaian faktor internal dan eksternal dilakukan untuk mengetahui bagaimana respon pakar rantai pasok mangga di Situbondo terhadap faktor internal dan eksternal tersebut. Penilaian faktor internal dan eksternal dilakukan dengan menggunakan analisis *Internal Faktor Evaluation* (IFE) dan *Eksternal Faktor Evaluation* (EFE).

Penilaian faktor internal digunakan untuk mengetahui pengaruh dari faktor internal yaitu kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh petani terhadap keberlangsungan rantai pasok mangga. Penilaian faktor eksternal dilakukan untuk mengetahui bagaimana respon terhadap faktor eksternal rantai pasok petani mangga yaitu peluang dan ancaman.

Setelah mengetahui pengaruh dan respon dari penentu kebijakan rantai pasok terhadap faktor internal dan eksternal tersebut penyusunan alternatif strategi dapat dilakukan dengan lebih baik dan tetap sasaran. Berdasarkan analisis faktor internal dan eksternal ini maka alternatif strategi yang dihasilkan akan sesuai dengan keadaan internal dan eksternal rantai pasok petani mangga sehingga diharapkan dapat menghasilkan alternatif-alternatif strategi rantai pasok yang efektif dan efisien yang mampu meningkatkan daya saing mangga dan membangun sistem rantai pasok yang berkesinambungan. Hasil analisis Matriks *Internal Faktor Evaluation* (IFE) rantai pasok petani mangga yang tergabung dalam kelompok tani dengan jumlah pohon mangga 10-20 pohon ditunjukkan dengan Tabel 4.3

Tabel 4.3 Matrik IFE Rantai Pasok Petani Mangga

<b>Faktor Internal Rantai Pasok Petani Mangga</b>				
<b>No</b>	<b>Kekuatan</b>	<b>Bobot</b>	<b>Rating</b>	<b>Skor Bobot x Rating</b>
1	Produksi Tinggi	0.096	3.714	0.358

No	Kelemahan	Bobot	Rating	Skor Bobot x Rating
2	Sumber daya lahan/areal yang dimiliki petani luas	0.096	3	0.289
3	Adanya kelembagaan kelompok tani	0.099	3.143	0.311
4	Petani menjalin kerjasama dengan pedagang	0.097	3	0.292
5	Petani mendapatkan aliran informasi dari pedagang	0.103	3.143	0.323
6	Sistem transaksi pembayaran langsung	0.087	3	0.262
7	Tidak adanya kontraktual tertulis dengan mitra	0.07	3.143	0.219
8	Manajemen usaha tani mangga belum maksimal	0.074	3	0.221
9	Petani diposisi lemah dalam penentuan harga	0.073	3.143	0.23
10	Terbatasnya modal usaha tani mangga	<b>0.079</b>	<b>3.286</b>	<b>0.26</b>

Sumber : Data Primer Diolah, 2016

Kekuatan utama rantai pasok pada petani mangga adalah produksi tinggi dengan skor 0,358. Kelemahan utama rantai pasok petani mangga yaitu terbatasnya modal usaha tani mangga dengan skor 0,26.

Tabel 4.4 menunjukkan analisis faktor eksternal melalui matriks *Eksternal Faktor Evaluation* (EFE).

Tabel 4.4 Matrik EFE Rantai Pasok Petani Mangga

<b>Faktor Eksternal Rantai Pasok Petani Mangga</b>				
<b>No</b>	<b>Peluang</b>	<b>Bobot</b>	<b>Rating</b>	<b>Skor Bobot x Rating</b>
1	Kemajuan teknologi secara global	0.111	3.143	0.35
2	Adanya lembaga perkreditan untuk modal	<b>0.137</b>	<b>3.571</b>	<b>0.489</b>
3	Sarana transportasi baik	0.119	2.857	0.341
4	Meningkatnya permintaan mangga di pasar nasional dan internasional	0.124	3.571	0.442
5	Posisi geografis Situbondo	0.099	2.714	0.269
6	Adanya bantuan pemerintah untuk kelompok tani	0.145	2.857	0.414
7	Persaingan dengan mangga Kabupaten Lain	0.073	3	0.219
8	Tidak adanya kebijakan pemerintah yang mengatur tentang agribisnis mangga	0.067	3.429	0.229
9	Meningkatnya harga saprodi	<b>0.071</b>	<b>3.429</b>	<b>0.244</b>

Sumber : Data Primer Diolah, 2016

Peluang utama rantai pasok petani mangga adalah adanya lembaga perkreditan untuk modal dengan skor 0.489 sedangkan ancaman utama rantai pasok petani mangga adalah meningkatnya harga saprodi dengan skor 0,272.

Untuk mengetahui prioritas dan keterkaitan antar strategi berdasarkan pembobotan SWOT-nya, maka dilakukan interaksi kombinasi strategi internal eksternal. Data SWOT kualitatif di atas dapat dikembangkan secara kuantitatif melalui perhitungan Analisis SWOT yang dikembangkan oleh *Pearce and Robinson (1998)* agar diketahui secara pasti posisi organisasi yang sesungguhnya.

Melakukan pengurangan antara jumlah total faktor S dengan W (d) dan faktor O dengan T (e); Perolehan angka (d = x) selanjutnya menjadi nilai atau titik pada sumbu X, sementara perolehan angka (e = y) selanjutnya menjadi nilai atau titik pada sumbu Y. Mencari posisi organisasi yang ditunjukkan oleh titik (x,y) pada kuadran SWOT. Melalui perhitungan analisis swot diperoleh angka d = x = (+0,906) dan e = y = (+1,612) sehingga sumbu x dan y ada pada posisi kuadran 1 (positif,positif). Posisi ini menandakan rantai pasok petani mangga yang tergabung dengan kelompok tani memiliki pohon mangga sebanyak 10-20 pohon kuat dan berpeluang.

Rekomendasi strategi yang diberikan adalah **Progresif**, artinya anggota rantai pasok petani mangga manalagi dalam kondisi prima dan mantap sehingga sangat

dimungkinkan untuk terus melakukan ekspansi, memperbesar pertumbuhan dan meraih kemajuan secara maksimal. Adapun alternatif strateginya adalah sebagai berikut :

a. Bergabung dengan kelompok tani

Strategi tersebut merupakan formulasi dari faktor kekuatan yaitu adanya kelembagaan kelompok tani dan faktor peluang adanya bantuan pemerintah pada kelompok tani. Dengan bergabungnya petani pada kelompok tani maka aliran informasi akan diperoleh petani mulai dari informasi teknis budidaya, informasi harga dan informasi pasar. Pengelolaan mangga yang baik akan mampu memenuhi peluang permintaan sesuai pasar. Dukungan dari pemerintah pun terjadi pada kelompok tani melalui bantuan penyediaan sarana dan prasarana.

b. Penguatan Lembaga Perkreditan.

Strategi tersebut merupakan formulasi dari faktor kekuatan sumber daya lahan/areal yang dimiliki petani luas dan faktor peluang adanya lembaga perkreditan untuk modal. Dengan adanya jaminan perkreditan yang ringan sebagai bantuan modal untuk usaha tani mangga akan membantu petani mangga untuk meningkatkan produktifitasnya.

c. Peningkatan kualitas mangga dengan teknologi

Strategi tersebut merupakan formulasi antara faktor peluang kemajuan teknologi secara global dan faktor



kekuatan tingginya produksi mangga di Situbondo. Produksi mangga setiap tahunnya mengalami peningkatan sehingga kualitas mangga perlu ditingkatkan dengan menggunakan dengan teknologi yang efisien dan efektif sehingga dapat meningkatkan daya saing pada petani mangga manalagi.

- d. Perlunya implementasi sistem manajemen mutu dan lingkungan

Strategi tersebut merupakan formulasi dari faktor kekuatan yaitu Petani mendapatkan aliran informasi dari pedagang dan faktor peluang meningkatnya permintaan mangga di pasar nasional dan internasional. Pasar memiliki kriteria tertentu dalam memilih mangga yang diinginkan dengan kualitas yang baik, sebagai produsen petani mangga perlu untuk meningkatkan sistem manajemen mutu dan lingkungan sehingga mangga yang dihasilkan memiliki daya saing sesuai kebutuhan pasar.

#### **4.1.2 Perumusan Faktor Internal dan Faktor Ekternal Pada Rantai Pasok Pedagang Pegumpul**

Hasil analisis Matriks *Internal Faktor Evaluation* (IFE) rantai pasok pedagang pengumpul ditunjukkan dengan Tabel 4.5.

Tabel 4.5 Matrik IFE Rantai Pasok Petani Mangga

No	Kekuatan	Bobot	Rating	Skor Bobot x Rating
1	Pengumpul menjalin kemitraan dengan pengepul dan petani	0.15	3.571	0.536
2	Pengumpul mendapat aliran informasi yang baik dari pengepul	<b>0.167</b>	<b>3.286</b>	<b>0.549</b>
3	Modal pedagang pengumpul terbatas	<b>0.113</b>	<b>3.571</b>	<b>0.404</b>
4	Sistem transaksi pembayaran tunda dari pengepul	0.109	3.429	0.375
5	Tidak adanya kontraktual tertulis dengan mitra	0.115	2.857	0.328
6	Pengumpul tidak mempunyai tempat untuk usaha dagang	0.097	3.143	0.305
7	Manajemen usaha dagang belum maksimal	0.092	3.143	0.29
8	Pedagang pengumpul bergantung pada pedagang pengepul	0.102	3.143	0.321

Sumber : Data Primer Diolah, 2016

Kekuatan utama rantai pasok pada pedagang pengumpul adalah pengumpul mendapat aliran informasi

yang baik dari pengepul dengan skor 0.549. Kelemahan utama rantai pasok pedagang pengumpul yaitu modal pengumpul terbatas dengan skor 0.404. Tabel 4.6 menunjukkan analisis faktor eksternal melalui matriks *Eksternal Faktor Evaluation* (EFE) pada pedagang pengumpul

Tabel 4.6 Matrik EFE Rantai Pasok Pedagang Pengumpul

No	Peluang	Bobot	Rating	Skor Bobot x Rating
1	Mudah mendapatkan pasokan dan distribusi mangga	0.145	3.143	0.457
2	Kemajuan teknologi secara global	0.126	3	0.379
3	Adanya lembaga perkreditan untuk modal	0.102	3.714	0.38
4	Sarana transportasi baik	0.142	3.286	0.467
5	Meningkatnya permintaan mangga di pasar nasional dan internasional	<b>0.159</b>	<b>3</b>	<b>0.476</b>
6	Posisi geografis Situbondo	0.152	3	0.456
7	Persaingan dengan mangga Kabupaten lain	<b>0.089</b>	<b>3</b>	<b>0.266</b>
8	Tidak adanya kebijakan pemerintah yang mengatur tentang agribisnis mangga	0.078	3.286	0.255
9	Meningkatnya harga saprodi	0.063	3.571	0.226

Sumber : Data Primer Diolah, 2016

Tabel 4.6. dapat diketahui bahwa peluang utama rantai pasok pedagang pengumpul adalah meningkatnya permintaan mangga di pasar nasional dan internasional dengan skor 0.476 sedangkan ancaman utama rantai pasok petani mangga adalah persaingan dengan mangga kabupaten lain dengan skor 0.266.

Untuk mengetahui prioritas dan keterkaitan antar strategi berdasarkan pembobotan SWOT-nya, maka dilakukan interaksi kombinasi strategi internal eksternal dengan melakukan pengurangan antara jumlah total faktor S dengan W (d) dan faktor O dengan T (e); Perolehan angka (d = x) selanjutnya menjadi nilai atau titik pada sumbu X, sementara perolehan angka (e = y) selanjutnya menjadi nilai atau titik pada sumbu Y. Mencari posisi organisasi yang ditunjukkan oleh titik (x,y) pada kuadran SWOT. Melalui perhitungan analisis swot diperoleh angka  $d = x = (-0.938)$  dan  $e = y = (+1.868)$  sehingga sumbu x dan y ada pada posisi kuadran 3 (negatif,positif). Posisi ini menandakan rantai pasok pedagang mangga yang lemah namun berpeluang.

Berdasarkan hasil analisis Puryantoro (2018), rekomendasi strategi yang diberikan adalah ubah strategi, alternatif strategi *Weakness – Opportunity* (WO) artinya rantai pasok petani mangga disarankan untuk mengubah strategi sebelumnya. Adapun alternatif strateginya adalah sebagai berikut :

a. Penguatan Lembaga Perkreditan

Strategi tersebut merupakan formulasi dari faktor kelemahan yaitu terbatasnya modal usaha dagang pengumpul dan faktor peluang adanya lembaga perkreditan untuk modal. Pedagang dapat memanfaatkan lembaga perkreditan usaha yang ada untuk menambah modal dagangnya.

b. Peningkatan manajemen usaha dagang mangga

Strategi tersebut merupakan formulasi dari faktor kelemahan yaitu manajemen usaha dagang belum maksimal dan faktor peluang meningkatnya permintaan mangga. Diperlukan manajemen yang baik mulai perencanaan hingga evaluasi kegiatan agribisnis mangga agar aliran produk dapat terdistribusi sesuai dengan keinginan konsumen. Meningkatnya permintaan mangga tentu saja akan semakin mendekatkan aliran informasi antara anggota rantai pasok sebelum maupun sesudah pedagang pengumpul, komunikasi inilah yang perlu adanya bukti berupa kontraktual tertulis terkait perjanjian jual beli produk mangga.

c. Penggunaan teknologi

Strategi tersebut merupakan formulasi dari faktor kelemahan pedagang pengumpul bergantung pada pedagang pengepul dan faktor peluang kemajuan teknologi secara global. Dengan adanya strategi pertama penguatan lembaga perkreditan maka penggunaan teknologi ini akan dapat dilaksanakan

secara mandiri oleh pedagang pengumpul tanpa bergantung pada pengepul.

- d. Menjalin kerjasama dengan anggota rantai pasok lainnya  
Strategi tersebut merupakan formulasi dari faktor kelemahan yaitu tidak adanya kontraktual tertulis dengan mitra dan faktor peluang posisi geografis Situbondo. Tidak adanya kontrak tertulis antara petani dengan pengumpul dan pengumpul dengan pengepul dilakukan oleh semua pelaku rantai pasok mangga di Situbondo. Posisi geografis yang menjadi peluang Situbondo untuk produksi mangga diperlukan kemitraan dengan kontraktual tertulis agar antar pelaku rantai pasok dapat bertanggung jawab terhadap peran masing-masing sehingga tercipta daya saing yang diharapkan.

#### 4.1.3 Perumusan Faktor Internal dan Faktor Eksternal Pada Rantai Pasok Pedagang Pengepul

Hasil analisis Matriks *Internal Faktor Evaluation* (IFE) rantai pasok pedagang pengepul manga ditunjukkan dengan Tabel 4.7

Tabel 4.7 Matrik IFE Rantai Pasok Pedagang Pengepul

No	Kekuatan	Bobot	Rati ng	Skor Bobot x Rating
1	Pengepul menjalin kemitraan dengan kelompok tani, pengumpul dan <i>retailer</i>	0,139	3	0,417

No	Kekuatan	Bobot	Rating	Skor Bobot x Rating
2	Mendapat aliran informasi penuh dari <i>retailer</i> /pasar induk dan menjadi pusat aliran informasi untuk anggota rantai pasok lainnya	0,109	3,143	0,343
3	Memiliki Modal	0,096	3,429	0,33
4	Pengepul memiliki sumberdaya fisik memadai (tempat usaha dan kendaraan)	0,118	3	0,354
5	Manajemen usaha dagang baik	0,12	3,286	0,395
6	Dapat menentukan/mengelola harga	0,135	2,857	0,385
7	Tidak adanya kontraktual tertulis dengan mitra	0,091	3,143	0,285
8	Mahalnya biaya tenaga kerja	<b>0,093</b>	<b>3,143</b>	<b>0,293</b>
9	Sistem transaksi pembayaran tunda dari pasar induk	0,099	2,857	0,283

Sumber : Data Primer Diolah, 2016

Kekuatan utama rantai pasok pada pedagang pengepul adalah pengepul menjalin kemitraan dengan kelompok tani, pengumpul dan *retailer* dengan skor 0.417. Kelemahan utama rantai pasok pedagang pengepul yaitu mahalnya biaya tenaga kerja dengan skor 0.293.

Tabel 4.8 menunjukkan analisis faktor eksternal melalui matriks *Eksternal Faktor Evaluation* (EFE) pada pedagang pengepul

Tabel 4.8 Matrik EFE Rantai Pasok Pedagang Pengepul

No	Peluang	Bobot	Rating	Skor Bobot x Rating
1	Mudah mendapatkan pasokan dan distribusi mangga	0,103	2,857	0,294
2	Kemajuan teknologi secara global	0,09	2,857	0,257
3	Adanya lembaga perkreditan untuk modal	0,077	3,143	0,243
4	Sarana transportasi baik	0,094	3	0,282
5	Meningkatnya permintaan mangga di pasar nasional dan internasional	<b>0,109</b>	<b>3</b>	<b>0,327</b>
6	Posisi geografis Situbondo	0,113	2,714	0,306
7	Adanya pendampingan dari pemerintah bagi pengusaha/pedagang pengepul	0,091	3	0,273
8	Persaingan dengan mangga Kabupaten lain	0,069	3,286	0,227
9	Tidak adanya kebijakan pemerintah yang mengatur tentang agribisnis mangga	0,064	3,143	0,201



No	Ancaman	Bobot	Rating	Skor Bobot x Rating
10	Meningkatnya harga sa prodi	0,069	3,143	0,216
11	Sulitnya pengurusan perdagangan ekspor	0,068	3,571	0,243
12	Tidak adanya teknologi pendingin untuk mangga	0,054	3,714	0,199

Sumber : Data Primer Diolah, 2016

Peluang utama rantai pasok pedagang pengepul adalah meningkatnya permintaan mangga di pasar nasional dan internasional dengan skor 0.327 sedangkan ancaman utama rantai pasok pedagang pengepul adalah sulitnya pengurusan perdagangan ekspor dengan skor 0.243.

Melalui perhitungan analisis swot diperoleh angka  $d = x = (+1.363)$  dan  $e = y = (+0.897)$  sehingga sumbu x dan y ada pada posisi kuadran 3 (positif,positif). Posisi ini menandakan rantai pasok pedagang pengepul mangga kuat dan berpeluang.

Rekomendasi strategi yang diberikan adalah **progresif**, artinya rantai pasok pedagang pengepul mangga dalam kondisi prima dan mantap sehingga sangat dimungkinkan untuk terus melakukan ekspansi, memperbesar pertumbuhan dan meraih kemajuan secara maksimal. Adapun alternatif strateginya adalah sebagai berikut :

1. Peningkatan kualitas mangga dengan teknologi

Strategi tersebut merupakan formulasi dari faktor kekuatan pedagang pengepul memiliki modal dan faktor peluang kemajuan teknologi secara global. Untuk meningkatkan daya saing dibutuhkan teknologi memadai agar produk dapat terdistribusi secara efektif dan efisien. Pengepul telah memiliki modal yang memadai sehingga faktor ini dapat mendukung pengepul untuk menerapkan teknologi agar produk mangga yang diterima konsumen tepat waktu dan efisien.

2. Temu bisnis dengan mitra kerjasama

Strategi tersebut merupakan formulasi dari faktor kekuatan pengepul menjalin kemitraan dengan kelompok tani, pengumpul dan *retailer* dan faktor peluang posisi geografis Situbondo. Melakukan pertemuan dengan mitra menjadi sangat penting untuk melihat potensi perdagangan mangga kedepan dengan memanfaatkan mitra kerjasama yang telah terjalin. Dengan temu bisnis ini maka akan diketahui masalah pada masing-masing anggota rantai pasok untuk ditangani bersama mitra sehingga aliran produk, informasi dan finansial dapat berjalan dengan lancar.

3. Pengembangan pasar ekspor

Strategi tersebut merupakan formulasi dari faktor kekuatan mendapat aliran informasi penuh dari *retailer*/pasar induk dan menjadi pusat aliran informasi

untuk anggota rantai pasok lainnya dan faktor peluang meningkatnya permintaan mangga di pasar nasional dan internasional dan adanya pendampingan dari pemerintah bagi pengusaha/pedagang pengepul. Aliran informasi terpusat di pedagang pengepul sehingga terbuka luas untuk menambah jaringan atau mitra dagang internasional. Dengan penggunaan strategi teknologi maka akan dapat memenuhi mangga yang berkualitas sesuai permintaan pasar internasional. Pendampingan dari pemerintah akan memudahkan proses pengembangan ekspor mangga khas Situbondo ini.

#### 4.1.4 Perumusan Faktor Internal dan Faktor Ekternal Pada Rantai Pasok Pedagang Pengecer

Hasil analisis Matriks *Internal Faktor Evaluation* (IFE) rantai pasok pedagang pengepul manggaditunjukkan dengan Tabel 4.9

Tabel 4.9 Matrik IFE Rantai Pasok Pedagang Pengecer

No	Kekuatan	Bobot	Rating	Skor Bobot x Rating
1	Pedagang pengecer mangga menjalin kemitraan dengan kelompok tani dan pengumpul	0.121	2.857	0.344

No	Kekuatan	Bobot	Rating	Skor Bobot x Rating
2	Mendapat aliran informasi yang baik dari konsumen	0.124	3.143	0.388
3	Mempunyai tempat usaha dagang	0.109	3.429	0.374
4	Kontraktual tertulis dengan mitra	0.117	3.143	0.367
5	Manajemen usaha dagang baik	0.112	2.857	0.321
6	Dapat menentukan harga jual ke konsumen	<b>0.126</b>	<b>3.143</b>	<b>0.395</b>
7	Hanya terdapat 1 pedagang pengecer	0.079	2.857	0.226
8	Sistem transaksi pembayaran langsung	0.135	2.857	0.385
9	Modal usaha dagang mangga terbatas	<b>0.078</b>	<b>3.571</b>	<b>0.279</b>

Sumber : Data Primer Diolah, 2016

Kekuatan utama rantai pasok pada pedagang pengecer adalah pengecer dapat menentukan harga jual ke konsumen dengan skor 0.395. Satu-satunya faktor kelemahan rantai pasok pedagang pengecer yaitu modal usaha dagang mangga terbatas dengan skor 0.279.

Tabel 4.10 Matrik EFE Rantai Pasok Pedagang Pengecer

No	Peluang	Bobot	Rating	Skor Bobot x Rating
1	Mudah mendapatkan pasokan dan distribusi mangga	<b>0.133</b>	<b>3.286</b>	<b>0.437</b>
2	Kemajuan teknologi secara global	0.113	2.857	0.322
3	Adanya lembaga perkreditan untuk modal	0.098	3.286	0.321
4	Sarana transportasi baik	0.12	2.857	0.344
5	Meningkatnya permintaan mangga di pasar nasional dan internasional	0.134	3.286	0.44
6	Posisi geografis Situbondo	0.138	2.714	0.375
7	Persaingan dengan mangga Kabupaten lain	<b>0.079</b>	<b>3.143</b>	<b>0.248</b>
8	Tidak adanya kebijakan pemerintah yang mengatur tentang agribisnis mangga	0.058	3.429	0.199
9	Tidak adanya teknologi pendingin untuk mangga	0.068	3.286	0.222
10	Meningkatnya harga saprodi	0.06	3.429	0.205

Sumber : Data Primer Diolah, 2016

Peluang utama rantai pasok pedagang pengecer adalah mudah mendapatkan pasokan dan distribusi mangga dengan skor 0.437 sedangkan ancaman utama

rantai pasok pedagang pengecer adalah persaingan dengan mangga Kabupaten lain dengan skor 0.248 .

Melalui perhitungan analisis swot diperoleh angka  $d = x = (+2.523)$  dan  $e = y = (+1.366)$  sehingga sumbu x dan y ada pada posisi kuadran 3 (positif,positif). Posisi ini menandakan rantai pasok pedagang pengepul mangga kuat dan berpeluang.

Rekomendasi strategi yang diberikan adalah **progresif**, artinya rantai pasok pedagang pengecer mangga dalam kondisi prima dan mantap sehingga sangat dimungkinkan untuk terus melakukan ekspansi, memperbesar pertumbuhan dan meraih kemajuan secara maksimal. Adapun alternatif strateginya adalah sebagai berikut :

1. Diversifikasi olahan produk mangga

Strategi tersebut merupakan formulasi dari faktor kekuatan pedagang pengecer mangga menjalin kemitraan dengan kelompok tani dan pengumpul dan faktor peluang mudah mendapatkan pasokan dan distribusi mangga. Kemitraan yang terjalin dengan kelompok tani dan pengumpul memudahkan pedagang pengecer memperoleh pasokan mangga. Untuk mengembangkan daya saing strategi pengembangan olahan produk mangga menjadi prioritas bagi pengecer mangga dalam meningkatkan keragaman produk mangga khas Situbondo karena aliran produk dapat berjalan secara kontinue

2. Penggunaan teknologi penyimpanan mangga

Strategi tersebut merupakan formulasi dari faktor kekuatan pedagang pengecer mempunyai tempat usaha dagang dan faktor peluang kemajuan teknologi secara global. Memenuhi kepuasan konsumen mengenai produk mangga yang berkualitas diperlukan tempat penyimpanan mangga agar produk sampai di konsumen tetap dalam keadaan segar. Peningkatan daya saing dengan cara ini akan memberikan kepuasan konsumen mangga.

3. Pengembangan pasar ekspor

Strategi tersebut merupakan formulasi dari faktor kekuatan mendapat aliran informasi yang baik dari konsumen dan faktor peluang meningkatnya permintaan mangga di pasar nasional dan internasional. Aliran informasi memberikan peluang luas untuk menambah jaringan atau mitra dagang internasional. Dengan penggunaan strategi teknologi maka akan dapat memenuhi mangga yang berkualitas sesuai permintaan pasar internasional.

4. Promosi

Strategi tersebut merupakan formulasi dari faktor kekuatan sistem transaksi pembayaran langsung dan peluang posisi geografis Situbondo. Memantapkan aliran produk, uang dan informasi dapat dilakukan dengan promosi produk mangga manalagi Situbondo sehingga terjadi peningkatan produktifitas sesuai

keinginan konsumen melalui aliran informasi yang diterima dari konsumen.

#### **4.2 Perumusan Strategi Manajemen Rantai Pasok Mangga di Kabupaten Situbondo dengan AHP**

Alat analisis yang digunakan untuk memilih strategi dari beberapa alternatif strategi yang berhasil dibangkitkan yaitu dengan menggunakan *Analitycal Hierarchy Process* (AHP). Penggunaan AHP sebagai alat untuk pemilihan strategi karena AHP memiliki fleksibilitas yang tinggi, kemampuan untuk mengakomodasi kompleksitas permasalahan yang ada kedalam sebuah Hirarki dan keandalannya mengakomodasi konflik diantara para pakar yang memberikan pendapat.

##### **4.2.1 Prioritas Strategi Pada Rantai Pasok Petani**

Penyusunan hirarki merupakan bagian terpenting dari model AHP, karena akan menjadi dasar untuk memberi penilaian/pendapat secara lebih sederhana. Dengan menggunakan hirarki, diharapkan permasalahan yang kompleks akan menjadi lebih sederhana dan mudah untuk dipahami. Dalam model AHP yang digunakan pada rantai pasok petani mangga ini, hirarki yang disusun terdiri dari 3 level, dengan level puncak sebagai fokus/goal dari hirarki, yaitu: "Peningkatan Daya Saing Rantai Pasok Mangga Manalagi". Selanjutnya adalah membuat tabel perbandingan prioritas dan tabel penentuan bobot strategi



prioritas setiap strategi dengan membandingkan masing-masing strategi pada setiap tujuan dari goal strategi daya saing manajemen rantai pasok mangga manalagi.

Tabel 4.20 menunjukkan hubungan antara tujuan, UG dan alternative strategi dalam struktur Hirarki AHP. Tujuan yang paling dianggap penting terhadap peningkatan daya saing mangga manalagi pada petani adalah pemerataan dengan bobot 0,570. Sementara alternatif strategi pada masing-masing tujuan efisiensi, efektifitas dan pemerataan pendapatan prioritas pertama adalah kelompok tani dengan bobot 0,497, 0,546 dan 0,556.

Bergabung dengan kelompok tani dapat memberikan keuntungan bagi petani mangga. Aliran Infomasi dengan maksimal akan diperoleh melalui kelompok mulai dari informasi budidaya hingga pemasaran mangga. Bantuan pemerintah kabupaten Situbondo juga melalui kelompok tani baik bantuan fisik seperti bangunan/gudang maupun kendaraan transportasi berupa truk pengangkut hasil produksi mangga.

Tabel 4.11 Hubungan Tujuan , *Ultimate Goal* dan Alternatif Strategi Pada Petani Mangga

Tujuan/Alternatif Strategi	Bobot Tujuan	Bobot Alternatif Strategi	Prioritas
<b>Efisiensi</b>	0,301		
Kelompok Tani		<b>0,497</b>	<b>1</b>
Lembaga Kredit		0,132	4

Tujuan/Alternatif Strategi	Bobot Tujuan	Bobot Alternatif Strategi	Prioritas
Teknologi	0,129	0,175	3
Penjaminan mutu		0,196	2
<b>Efektifitas</b>			
Kelompok Tani		<b>0,546</b>	<b>1</b>
Lembaga Kredit		0,730	2
Teknologi	0,570	0,218	3
Penjaminan mutu		0,163	4
<b>Pemerataan Pendapatan</b>			
Kelompok Tani		<b>0,556</b>	<b>1</b>
Lembaga Kredit		0,530	2
Teknologi	0,123	0,123	4
Penjaminan mutu		0,268	3

Sumber : Analisis AHP

Dalam konteks pemberdayaan petani mangga, kelompok tani memiliki kewajiban secara kontinyu memberdayakan petani melalui program kerja yang disusun bersama pengurus dan anggota yang menyesuaikan dengan program atau kebijakan pemerintah. Memberdayakan petani sendiri memiliki orientasi bagaimana petani dapat secara mandiri melakukan aktivitas pertanian tanpa ada intervensi dari pihak manapun termasuk kemandirian pada permodalan usahatani tanpa ada bantuan dari pemerintah dan pihak lain. Kelompok tani yang ada menjadi lembaga yang menjalankan fungsi

menyediakan fasilitas yang dibutuhkan oleh petani produsen untuk melakukan proses budidaya komoditas mangga. Fungsi kelompok tani mangga ini dalam perkembangannya kemudian menjadikan media bagi para petani sebagai media untuk mengapresiasi seluruh potensi yang dimilikinya untuk keberdayaannya. Keberdayaan petani akan terwujud manakala kelembagaan kelompok tani dapat berperan sebagai wadah usahatani mangga bagi petani untuk mencapai keuntungan optimal dan kontinyu. Kelompok tani dalam konteks rantai pasok mangga di Kabupaten Situbondo memiliki peranan sebagai distributor mangga petani kepada pengepul mangga.

Alternatif prioritas peningkatan mutu juga menjadi strategi dalam peningkatan daya saing rantai pasok mangga manalagi. Petani buah di Situbondo, yang biasanya bertanam buah dalam skala kecil akan mendapatkan kesulitan untuk menerapkan manajemen kualitas. Untuk itu petani-petani perlu bergabung, membentuk kelompok tani dan kelompok ini mengangkat manajer profesional agar kesulitan akan dapat diatasi. Dengan semakin meningkatnya kesadaran dan permintaan konsumen terhadap produk dan jasa dengan mutu yang baik, telah mengakibatkan berkembangnya sistem manajemen mutu. Perspektif manajemen mutu telah berubah dari pengawasan mutu, pengendalian mutu dan jaminan mutu menjadi manajemen mutu terpadu (Spiegl, 2004). Manajemen mutu terpadu merupakan pendekatan mutu terintegrasi yang

meliputi aspek keamanan dan mutu produk. Manajemen mutu terdiri dari strategi mutu, kebijakan, disain mutu, pengendalian mutu, perbaikan mutu dan jaminan mutu. Aktivitas tersebut dilakukan untuk menghasilkan dan menjaga suatu produk dengan level mutu yang diinginkan dengan biaya minimal (Spiegl, 2004). Manajemen mutu terpadu melibatkan prinsip penerapan manajemen mutu terhadap seluruh aspek bisnis lembaga rantai pasok. Manajemen mutu terpadu mempersyaratkan bahwa prinsip-prinsip manajemen mutu diterapkan diseluruh bagian rantai pasok. Petani dapat menjalankan usaha tani mangga sesuai standarisasi keinginan konsumen. Standardisasi meliputi manajemen budidaya (*preharvest*) sampai penanganan pascapanen (*postharvest*). Untuk menjamin pelaksanaannya di lapangan, diperlukan sosialisasi dan kontrol dari penyuluh hortikultura dengan spesialisasi komoditas buah. Selain itu, peran kelompok tani sangat penting sebagai wadah berbagi pengalaman dan pemecahan masalah di lapangan, juga sebagai kontrol sosial penerapan SOP. Standardisasi kebun umumnya dilakukan pada kebun skala besar karena kendala biaya. Namun demikian, standardisasi terbukti berhasil dilaksanakan oleh petani anggur skala kecil di kelompok Mahagrapes di India yang menunjukkan bahwa penerapan standar yang tinggi dapat menghasilkan pendapatan yang tinggi pula dengan keberhasilan ekspor ke Uni Eropa dan Amerika Serikat (Roy

& Thorat 2008, Narrod *et al.* 2009) dalam punaman dkk (2014)

Penggunaan teknologi untuk meningkatkan kualitas mangga juga menjadi alternatif prioritas. Pengembangan teknologi dapat diperoleh melalui hasil pembelajaran dan pengalaman baik secara pribadi maupun kelompok di lapangan, hasil adopsi melalui pertemuan lapang antara pedagang pengumpul dengan penyuluh maupun dengan perusahaan pengada saprodi.

Lembaga kredit alternatif prioritas dalam meningkatkan daya saing mangga pada anggota rantai pasok (petani). Modal petani yang terbatas memerlukan bantuan pinjaman dengan bunga ringan dan persyaratan yang mudah dari lembaga kredit. Petani dapat memenuhi faktor-faktor produksi dengan baik apabila faktor tersebut dapat diperoleh dengan mudah melalui pinjaman dari lembaga kredit sehingga produksi mangga dapat bersaing secara berkesinambungan.

#### **4.2.2 Prioritas Strategi Pada Rantai Pasok Pedagang Pengumpul**

Dalam model AHP yang digunakan pada rantai pasok pedagang pengumpul mangga ini hirarki yang disusun terdiri dari 3 level, dengan level puncak sebagai fokus/goal dari hirarki, yaitu: "Peningkatan Daya Saing Rantai Pasok Mangga Manalagi".

Tabel 4.21 menunjukkan hubungan antara tujuan, UG dan alternatif strategi dalam struktur Hirarki AHP. tujuan yang paling dianggap penting terhadap peningkatan daya saing mangga manalagi pada pedagang pengumpul adalah efisiensi dengan bobot 0,489. Sementara alternatif strategi pada masing-masing tujuan efisiensi, efektifitas dan pemerataan pendapatan prioritas pertama adalah kerjasama dengan bobot 0,491, 0,439 dan 0,548.

Memperbaiki daya saing untuk semua anggota rantai pasok merupakan tujuan utama dibentuknya kemitraan. Menurut Heyzer dan Render (2005), kunci bagi manajemen rantai pasokan yang efektif adalah menjadikan para pemasok sebagai "mitra" dalam strategi perusahaan untuk memenuhi pasar yang selalu berubah. Selain itu Lan Lion (1995) mengatakan bahwa kemitraan adalah suatu sikap menjalankan bisnis yang diberi ciri dengan hubungan jangka panjang, suatu kerjasama bertingkattinggi, saling percaya, dimana pemasok dan pelanggan berniaga satu sama lain untuk mencapai tujuan bisnis bersama (Linton, 1995). Pedagang Pengumpul dapat melakukan kemitraan dengan petani sebagai pemasok mangga maupun pedagang pengepul sebagai penerima pasokan mangga untuk dilanjutkan kepada konsumen. Kemitraan ini akan menekankan ketepatan waktu kedatangan mangga dari petani sampai ke tangan konsumen sesuai dengan yang ditetapkan. Artinya, kedisiplinan dan komitmen seluruh mata rantai harus benar-benar dilaksanakan, sehingga

apabila terjadi penyimpangan pada salah satu mata rantai saja, maka akan mengganggu pasokan mangga secara keseluruhan dan menghambat kelancaran tugas dari mata rantai yang lain, karena tidak adanya persediaan.

Tabel 4.21 Hubungan Tujuan , *Ultimate Goal* dan Alternatif Strategi Pada Pedagang Pengumpul

Tujuan/Alternatif Strategi	Bobot Tujuan	Bobot Alternatif Strategi	Prioritas
<b>Efisiensi</b>	<b>0,486</b>		
Lembaga Kredit		0,217	3
Manajemen		0,073	4
Teknologi		0,219	2
Kerjasama		<b>0,491</b>	<b>1</b>
<b>Efektifitas</b>	<b>0,406</b>		
Lembaga Kredit		0,049	4
Manajemen		0,105	3
Teknologi		0,405	2
Kerjasama		<b>0,439</b>	<b>1</b>
<b>Pemerataan Pendapatan</b>	<b>0,108</b>		
Lembaga Kredit		0,071	4
Manajemen		0,206	2
Teknologi		0,175	3
Kerjasama		<b>0,548</b>	<b>1</b>

Sumber : Analisis AHP

Teknologi sebagai alternatif untuk meningkatkan daya saing mangga pada rantai pasok pedagang pengumpul. Pengembangan teknologi dapat diperoleh melalui hasil pembelajaran dan pengalaman baik secara pribadi maupun kelompok di lapangan, hasil adopsi melalui pertemuan lapangan antara pedagang pengumpul dengan penyuluh maupun dengan perusahaan pengada saprodi.

Manajemen usaha dagang juga menjadi prioritas sebagai alternatif skenario dalam rangka meningkatkan daya saing mangga manalagi di Situbondo. Perencanaan mulai dari waktu pemanenan dan kontrol buah mangga sebelum dialirkan pada rantai pasok berikutnya akan memberikan nilai tambah bagi pedagang pengumpul.

Lembaga kredit menempati alternatif prioritas dalam meningkatkan daya saing mangga pada anggota rantai pasok (pedagang pengumpul). Modal pedagang pengumpul sama dengan modal yang dimiliki oleh petani yang terbatas memerlukan bantuan pinjaman dengan bunga ringan dan persyaratan yang mudah dari lembaga kredit. Pedagang pengumpul dapat melaksanakan kemitraan dengan cara memberikan pinjaman bantuan alat atau modal produksi mangga kepada petani. Berkaitan dengan hal tersebut maka diperlukan lembaga kredit untuk menunjang keberlangsungan aktifitas rantai pasok pedagang pengumpul.



### 4.2.3 Prioritas Strategi Pada Rantai Pasok Pedagang Pengepul

Dalam model AHP yang digunakan pada rantai pasok pedagang pengumpul mangga ini hirarki yang disusun terdiri dari 3 level, dengan level puncak sebagai fokus/goal dari hirarki, yaitu: "Peningkatan Daya Saing Rantai Pasok Mangga Manalagi".

Tabel 4.22 menunjukkan hubungan antara tujuan, UG dan alternative strategi dalam struktur Hirarki AHP. Tujuan yang paling dianggap penting terhadap peningkatan daya saing mangga manalagi pada pedagang pengepul adalah efisiensi dengan bobot 0,495 Sementara alternatif strategi pada masing-masing tujuan efisiensi, efektifitas dan pemerataan pendapatan prioritas pertama adalah teknologi dengan bobot 0,480, 0,516 dan 0,492

Tabel 4.13 Hubungan Tujuan ,*Ultimate Goal* dan Alternatif Strategi Pada Pedagang Pengepul

Tujuan/Alternatif Strategi	Bobot Tujuan	Bobot Alternatif Strategi	Prioritas
<b>Efisiensi</b>	<b>0,495</b>		
Teknologi		<b>0,480</b>	<b>1</b>
Temu Bisnis		0,127	3
Ekspor		0,393	2
<b>Efektifitas</b>	<b>0,439</b>		
Teknologi		<b>0,516</b>	<b>1</b>
Temu Bisnis		0,398	2
Ekspor		0,086	3

<b>Pemerataan Pendapatan</b>	0,067		
Teknologi		0,072	3
Temu Bisnis		0,437	2
Ekspor		<b>0,492</b>	<b>1</b>

Sumber : Analisis AHP

Dalam rangka meningkatkan daya saing agribisnis mangga manalagi pada rantai pasok pedagang pengepul strategi yang harus diprioritaskan adalah meningkatkan kualitas dengan teknologi. Komoditi buah segar mangga dan produk olahannya mempunyai potensi yang sangat besar untuk dikembangkan menjadi produk unggulan yang mampu bersaing dengan buah-buah sejenis dari daerah lain dan produk eks-impor. Salah satu kendala utama yang dihadapi oleh komoditi mangga ini adalah “quality control” untuk mendapatkan kualitas buah segar yang tinggi dan seragam sesuai dengan pasar. Dalam kaitannya dengan perbaikan kualitas buah mangga ini diperlukan upaya-upaya pedagang pengepul mangga melalui penerapan teknologi tepat guna dalam aspek:

1. Teknologi panen, panen selektif yang berpedoman pada “Kalender petik Buah” serta indikator visual yang berkaitan langsung dengan kualitas buah
2. Teknologi pasca-panen, terutama yang berkenaan dengan “pengemasan dan pengepakan” buah mangga dengan menggunakan keranjang bambu, peti kayu, atau kotak kerdus/karton yang dilengkapi dengan

“guntingan kertas sayur” atau “kertas telur”.

Selain masalah tuntutan terhadap kualitas (*quality*) yang semakin tinggi, konsumen juga menuntut ketersediaan produk dalam waktu yang lebih lama (*avaibility*), bahkan jika mungkin secara terus menerus sepanjang waktu. Sebagai salah satu teknik penyimpanan, teknologi *cold storage* merupakan salah satu alternatif teknologi yang dapat dipergunakan dengan tujuan utama yaitu :

1. Menjaga kualitas buah mangga (dalam hal kesegaran, *texture*, rasa dan keindahan), serta
2. Mengurangi kerusakan produk selama waktu antara sesudah panen sampai ke tangan konsumen.

Dengan menggunakan suhu dan kelembaban yang diatur secara tepat, maka buah yang disimpan dalam fasilitas *cold storage* akan tahan dalam waktu sekitar 5 sampai 7 bulan.

Pengembangan ekspor juga menjadi alternatif prioritas untuk pedagang pengepul dalam meningkatkan daya saing mangga di Situbondo. Petani mangga di Situbondo jumlahnya banyak dan sebagian besar merupakan petani dengan skala kecil sehingga menyebabkan mangga yang diproduksi beragam kualitasnya. Kondisi ini membatasi ketersediaan dan kontinuitas mangga untuk pasar ekspor. Oleh karena itu, untuk mengembangkan ekspor mangga standardisasi kebun mangga oleh pemerintah, dalam hal ini Direktorat

Jenderal Hortikultura, melalui penerapan SOP maupun GAP diperlukan untuk menjamin hal tersebut, selain juga untuk menghasilkan buah yang aman dikonsumsi, bermutu, dan diproduksi secara ramah lingkungan, sehingga dapat meningkatkan peluang penerimaan dan daya saingnya di pasar internasional maupun domestik.

Temu bisnis menjadi alternatif prioritas untuk meningkatkan daya saing mangga manalagi di Kabupaten Situbondo. Dengan temu bisnis secara periodik ini akan diketahui masalah pada masing-masing anggota rantai pasok untuk ditangani bersama mitra sehingga aliran produk, informasi dan finansial dapat berjalan dengan lancar.

#### **4.2.4 Prioritas Strategi Pada Rantai Pasok Pedagang Pengecer**

Dalam model AHP yang digunakan pada rantai pasok pedagang pengecer mangga ini hirarki yang disusun terdiri dari 3 level, dengan level puncak sebagai fokus/goal dari hirarki, yaitu: "Peningkatan Daya Saing Rantai Pasok Mangga Manalagi".

Tabel 4.23 menunjukkan hubungan antara tujuan, UG dan alternative strategi dalam struktur Hirarki AHP. Tujuan yang paling dianggap penting terhadap peningkatan daya saing mangga manalagi pada pedagang pengecer lokal adalah efisiensi dengan bobot 0,495 Sementara alternatif strategi pada masing-masing tujuan efisiensi, efektifitas dan

pemerataan pendapatan prioritas pertama adalah teknologi dengan bobot 0,480, 0,516 dan 0,492

Tabel 4.14 Hubungan Tujuan ,*Ultimate Goal* dan Alternatif Strategi Pada Pedagang Pengecer

Tujuan/Alternatif Strategi	Bobot Tujuan	Bobot Alternatif Strategi	Prioritas
<b>Efisiensi</b>	<b>0,583</b>		
Diversifikasi		0,176	3
Teknologi		<b>0,412</b>	<b>1</b>
Ekspor		0,142	4
Promosi		0,270	2
<b>Efektifitas</b>	<b>0,310</b>		
Diversifikasi		0,124	4
Teknologi		<b>0,502</b>	<b>1</b>
Ekspor		0,151	3
Promosi		0,223	2
<b>Pemerataan Pendapatan</b>	<b>0,107</b>		
Diversifikasi		0,266	2
Teknologi		0,234	3
Ekspor		<b>0,294</b>	<b>1</b>
Promosi		0,206	4

Sumber : Analisis AHP

Dalam rangka meningkatkan daya saing agribisnis mangga manalagi pada rantai pasok pedagang pengecer strategi yang harus diprioritaskan pertama adalah dengan teknologi. Sentuhan teknologi dibutuhkan karena konteks pertanian ke depan terkait dengan kesehatan pangan mulai

dari sistem produksi, panen, pengemasan hingga distribusi. Kesegaran buah mangga dimungkinkan melalui teknologi pascapanen dan pengolahan tanpa menggunakan zat kimia dan pestisida. Kepala Balai Besar Paska Panen Balitbangtan, Rudy Tjahjohutomo mengatakan tiga fase yang dapat dilalui untuk peningkatan kualitas mangga dengan teknologi, yakni ketika buah mangga itu dipetik dari pohon dengan menggunakan air bersuhu 50 derajat celcius selama 5 menit, guna mematikan lalat buah yang hinggap di kulit. Fase kedua, menggunakan antimikroba alami yang salah satu bahan bakunya berasal sarang burung walet, cara tersebut mampu mencegah infeksi jamur antraknosa. Kemudian fase ketiga adalah *waxing* (diberi lilin) yang berbahan baku sarang tawon, bahan ini mengganti sejenis lilin yang biasa dijumpai buah apel impor. Melalui fasilitasi teknologi pengolahan dapat memperpanjang masa buah hingga satu bulan (Subagyo,2013)

Promosi menempati posisi alternatif prioritas untuk meningkatkan daya saing mangga pada anggota rantai pasok pedagang pengecer. Promosi konsumsi buah nusantara, pembuatan *website* informasi produk mangga Situbondo, melakukan promosi di pameran perdagangan internasional, maupun pembicaraan dengan pemerintah negara tujuan potensial merupakan upaya yang dapat dilakukan untuk membuka pasar dan menciptakan peluang. Upaya promosi tersebut diharapkan dapat lebih memperkenalkan dan mendekatkan produk mangga

Situbondo, khususnya mangga, kepada calon konsumen, sehingga dapat meningkatkan ekspor mangga Indonesia di pasar utama maupun untuk memasuki pasar baru. Strategi alternatif prioritas pengembangan ekspor juga terdapat pada urutan prioritas untuk meningkatkan daya saing mangga. Pameran produk hortikultura dan *in-store promotion* oleh supermarket di luar negeri dengan didukung produk yang berkualitas, pendirian perwakilan dagang di luar negeri dan perluasan jaringan perdagangan, serta program *competitiveness and capacity building* bagi pengusaha, terbukti mampu mempertahankan posisi Thailand sebagai salah satu eksportir utama buah tropis di dunia (Srimanee & Riutray, 2012). Pemerintah juga dapat berperan dalam pengembangan ekspor ini dengan memberikan akses kemudahan pengurusan ijin ekspor.

Diversifikasi olahan mangga juga sebagai alternatif prioritas untuk meningkatkan daya saing mangga di Situbondo. Karakteristik mangga yang mudah rusak dapat didiversifikasi menjadi berbagai macam olahan mangga sehingga akan menjadikan Situbondo benar-benar khas dengan sebutan buah mangganya. Melalui diversifikasi ini akan memberikan nilai tambah untuk pedagang pengecer.

---oo0oo---





A decorative graphic featuring a blue square with a white number '5' on the left, and the word 'PENUTUP' in bold black capital letters to its right. Below these elements is a blue wavy line graphic that spans the width of the page.

## **5** PENUTUP

Kondisi manajemen rantai pasok mangga manalagi di Kabupaten Situbondo saat ini masih belum berjalan dengan baik. Hal tersebut dapat terlihat pada struktur rantai pasok belum yang terintegrasi dengan baik antara anggota primer dalam rantai pasok dikarenakan aliran informasi hanya terjadi pada konsumen akhir, pedagang pengecer, pedagang pengepul dan pedagang pengumpul. Sementara petani tidak mendapatkan aliran informasi baik mengenai pasar, harga, kualitas dan kuantitas yang diinginkan konsumen kecuali petani yang tergabung dalam kelompok tani. Selain itu, penerapan manajemen dan jaringan dalam rantai pasok belum berjalan dengan baik, salah satunya dapat dilihat kesepakatan kontraktual antar anggota rantai pasok tanpa perjanjian tertulis. Sedangkan, pada sumberdaya rantai pasok ditemukan fakta bahwa modal masih menjadi kendala bagi petani dan pedagang pengumpul. Proses bisnis rantai pasok terkendala karena pada aliran produk mangga dari petani hingga pedagang pengepul belum terintegrasi dengan baik, belum ada siklus yang pasti sehingga waktu pengiriman ataupun kuota yang dikirim tidak bisa diprediksi dengan baik.

Rekomendasi strategi rantai pasok untuk meningkatkan daya saing mangga pada masing-masing anggota rantai pasok sebagai berikut :

1. Tujuan prioritas untuk meningkatkan daya saing pada petani adalah pemerataan pendapatan dengan bobot 0,570. Petani mangga dapat berdaya saing dengan penguatan kelompok tani karena di dalam kelompok tani mangga ini akan diperoleh aliran informasi maksimal bahkan bantuan pemerintah akan mengalir melalui kelompok tani sehingga penguatan kelompok tani menjadi prioritas rekomendasi pertama untuk meningkatkan daya saing pada anggota rantai pasok petani mangga yang dilanjutkan dengan prioritas peningkatan mutu yang diimbangi dengan teknologi dan penguatan lembaga kredit
2. Tujuan prioritas untuk meningkatkan daya saing pada pedagang pengumpul efisiensi dengan bobot 0,486. Pedagang pengumpul/tengkulak untuk memperbaiki daya saing dengan alternatif prioritas adalah melalui kerjasama. Pengumpul dapat melakukan kerjasama dengan petani dan pengepul agar ketepatan waktu panen mangga sesuai dengan yang ditetapkan konsumen. Prioritas berikutnya adalah pemanfaatan teknologi dan manajemen usaha dagang serta penguatan lembaga kredit
3. Tujuan prioritas untuk meningkatkan daya saing pada pedagang pengepul adalah efisiensi dengan bobot 0,495.

Pedagang pengepul dalam rangka meningkatkan daya saing mangga manalagi strategi prioritas pertama adalah perbaikan kualitas mangga dengan teknologi. Prioritas pengembangan ekspor dan temu bisnis juga menjadi prioritas untuk meningkatkan daya saing mangga manalagi.

4. Tujuan prioritas untuk meningkatkan daya saing pada pedagang pengecer lokal adalah efisiensi dengan bobot 0,583. Pedagang Pengecer lokal untuk meningkatkan daya saing mangga startegi prioritas pertama adalah penggunaan teknologi agar konsumen dapat memperoleh kepuasan dari ketersediaan produk dalam waktu lebih lama serta kesegaran buah mangga dimungkinkan melalui teknologi pasca panen dan pengolahan tanpa menggunakan zat kimia dan pestisida. Prioritas alternatif berikutnya adalah promosi dan pengembangan ekspor dan diversifikasi olahan mangga.
5. Agar memperoleh aliran informasi dengan baik petani perlu bergabung dengan kelompok tani dan sumberdaya rantai pasok belum berjalan baik karena sumberdaya permodalan terbatas pada petani dan pedagang pengumpul, maka diperlukan penguatan permodalan agar kedua rantai pasok tersebut dapat bersinergi dengan pedagang pengepul untuk menghasilkan mangga yang lebih baik. Serta Singkronisasi dan koordinasi aktivitas-aktivitas yang

terkait dengan aliran produk perlu dilakukan antar anggota rantai pasok mangga agar dapat membangun sebuah rantai pemasok yang memusatkan perhatian untuk memaksimalkan nilai bagi konsumen.

---oo0oo---



## DAFTAR PUSTAKA

- Anatan, L dan Ellitan, L. 2008. *Suplly Chain Management Teori dan Aplikasi*. Alfabeta. Bandung.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Situbondo. 2014. *Potret Usaha Pertanian Kabupaten Situbondo Menurut Subsektor*. Situbondo. Badan Pusat Statistik Kabupaten Situbondo
- Direktorat Jenderal Hortikultura. 2014. *Statistik Produksi Hortikultura Tahun 2014*. Jakarta. Direktorat Jenderal Hortikultura Kemeterian Pertanian
- Heizer Jay, Render Barry. 2005. *Operations Management*. Jakarta: Salemba Empat.
- Heizer, Jay dan Barry Render. 2001. *Prinsip-prinsip Manajemen Operasi*. Edisi 1. Jakarta : Salemba Empat
- Indrajit, R. E dan Djokopranoto, R. E. 2002. *Konsep Manajemen Supply Chain, Cara Baru Memandang Mata Rantai Penyediaan Barang*. Jakarta: Grassindo.
- Lambert, D.M., Cooper, M.C & Pagh, J.D. 1998. *Supply Chain Management : Implementation Issues and Research Oppurtunities*. The International Journal of Logistics Management. Vol 9(2), 1-19 (25 Mei 2016)

- Linton, L., 1995. *Partnership, Modal Ventura*, Penerbit PT. IBEC, Jakarta.
- Puryantoro, P., Hani, E. S., & Subekti, S. (2018). Manajemen Rantai Pasok Mangga Manalagi Di Kabupaten Situbondo Dengan Pendekatan Food Supply Chain Networking. *Mahatani: Jurnal Agribisnis (Agribusiness and Agricultural Economics Journal)*, 1(1).
- Puryantoro (2018, Agustus). Strategi Peningkatan Daya Saing Mangga Manalagi Dengan Pendekatan Supply Chain Management Pada Pelaku Rantai Pasok (Studi Pada Pedagang Pengumpul Mangga Di Situbondo). Prosiding Seminar Nasional Penelitian Universitas Kanjuruhan Malang (Vol. 1, Agustus 2017, 650-655).
- Siagian, Sondang. 2004. *Manajemen Strategik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Subagyo.2013. "Indonesia ekspor mangga dengan teknologi pengawet alami" .<http://www.antaraneews.com/jakarta>, 19 November 2013
- Srimanee, Y & Routray, JK 2012, 'The fruit and vegetable marketing chains in Thailand: policy impacts and implications', *Internat. J. of Retail & Distribution Manage.*, vol. 40, no. 9, pp. 656-675. 27 Juli 2016)
- Supriatna, Ade. 2010. *Kajian Kelayakan Usahatani dan Marjin Tataniaga Mangga (Mangifera indica)* (Studi Kasus di Kabupaten Majalengka, Jawa Barat). <http://blogs.unpad.ac.id/ernaht/files/2010/11/jpptp10279ustan-mangga1.pdf>. (02 januari 2016)

- Qhoirunisa A. 2014. *Rantai Pasok Padi di Kabupaten Bogor Jawa Barat*.(Thesis).Bogor : IPB
- Medina, J. De La Cruz., H. S. Garcia. 2002. *Mango : Post-harvest Operation*. Food and Agriculture Organization of United Nation (FAO). Veracruz.
- Van der Vorst. 2006. *Performance Measurement in Agrifood Supply Chain Network: An Overview*. In: *Quantifying the agrifood supply chain*. Dordrecht: Springerl Kluwer. (Wageningen UR Frontis Series 15).

---oo0oo---



## GLOSARIUM

### A

**Aliran rantai pasok** : pola informasi, produk dan uang yang mengalir pada pelaku rantai pasok.

### G

**Grading** : Proses pemilahan buah mangga berdasarkan ukuran dan rasa.

### I

**Ijon** : Sistem penjualan mangga antara petani mangga dengan pedagang pengumpul yang dilakukan ketika buah mangga masih belum siap panen.

### K

**Kontrak** : Sistem penjualan mangga antara petani dengan pelaku rantai pasok dengan kesepakatan kedua belah pihak.

**Konsumen akhir** : pembeli mangga baik di dalam maupun luar kota dengan tujuan konsumsi.

**Kelompok tani** : Organisasi non-formal yang terdiri dari kumpulan petani mangga.



**M**

**Mitra** : Pelaku rantai pasokan mangga yang melakukan kerjasama untuk kesepakatan dengan tujuan yang sama.

**Model rantai pasokan** : suatu gambaran mengenai hubungan mata rantai dari pelaku-pelaku tersebut yang dapat membentuk seperti mata rantai yang terhubung satu dengan yang lain

**P**

**Packing** : Proses mengemas buah mangga untuk dikirim ke pedagang pengecer.

**Petani mangga** : orang yang melakukan usahatani mangga

**Pedagang Pengumpul** : Pedagang yang membeli mangga kepada petani satu ke petani lainnya.

**Pedagang Pengepul** : Pedagang yang membeli mangga dari pedagang pengumpul.

**Pedagang Pengecer dalam kota**: Pedagang yang membeli mangga dari petani dalam kota dan menjual ke konsumen akhir.

**Pedagang pengecer luar kota** : Pedagang yang membeli mangga dari pedagang pengepul dan menjual ke konsumen akhir.

**R**

**Rantai Pasokan Mangga** : Sistem tempat organisasi menyalurkan produk mangga dan jasanya kepada para pelanggan.

**S**

**Sortir** : Proses pengelompokan buah mangga yang berkualitas

---oo0oo---



**A**

Aliran finansial  
Aliran informasi  
Aliran produk  
Alternatif

**B**

Bisnis  
Buah  
Budidaya

**C**

*Channel*  
Cangkul

**D**

Daya saing  
Distribusi

**E**

Efektif

Efisien  
Elemen  
Evaluasi  
Eksternal

**F**

Fluktuatif  
*Food Supply Chain Network*  
*Framework*

**G**

Gudang  
*Grading*

**H**

Hortikultura  
Hirarki  
Harga

**I**

Intenal

**J**

Jaringan  
Jaminan

**K**

Kebijakan

Konsumen

Kelompok tani

Perspektif

Kontraktual

Kerjasama

Komoditas

**L**

Lahan

Luas panen

**M**

Model

Modal

Margin pemasaran

Manajemen rantai pasokan

**N**

Nilai tambah

**O**

Organisasi

**P**

Pohon

Produksi

Pola

Petani

Pedagang pengumpul

Pedagang pengepul

Pedagang pengecer

*Packing*

**Q**

Quality control

**R**

Rantai Pasokan

*Retailer*

**S**

*Sortasi*

Sewa

**T**

Teknologi

Transaksi

Tanaman

**U**

Uang

**V**

Varietas

**W**

Wilayah

*Wholesaler*

*Waxing*

**X**

**Y**

**Z**

Zat

---oo0oo---



## RIWAYAT PENULIS



**Puryantoro, SP., MP** lahir pada 21 Mei 1988 di Kabupaten Situbondo, Jawa Timur mengenyam pendidikan formal di SDN 2 Kapongan lulus tahun 2000. Selanjutnya meneruskan sekolah di SMP Negeri 1 Kapongan, tamat tahun 2003, dan di SMA Negeri 1 Kapongan, tamat tahun 2006. Gelar sarjananya diperoleh dari Jurusan Agribisnis, Universitas Abdurachman Saleh Situbondo pada tahun 2013. Tahun 2017 menamatkan pendidikan S2 Jurusan Agribisnis, Universitas Jember. Penulis bekerja menjadi dosen Jurusan Agribisnis, Universitas Abdurachman Saleh Situbondo dari 2017 hingga sekarang. Selain itu juga menjabat sebagai Sekretaris Pusat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (P3M) Universitas Abdurachman Saleh.





**Dr. Ir. Evita Soliha Hani, MP** lahir pada 3 September 1963 di Kabupaten Jember, Jawa Timur mendapatkan gelar sarjananya di Universitas Jember tahun 1988. Tahun 1996 memperoleh gelar magister di Universitas Brawijaya Malang. Gelar doktor diperoleh tahun 2007 di Universitas Brawijaya Malang. Penulis bekerja menjadi dosen Jurusan Agribisnis, Universitas Jember. Selain itu juga menjabat sebagai Wakil Dekan Fakultas Pertanian Universitas Jember hingga saat ini.



**Dr. Ir. Sri Subekti, M.Si.** lahir di Blitar tanggal 26 Juni 1966 saat ini sebagai dosen Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Jember. Menempuh pendidikan sarjana jurusan sosial ekonomi Universitas Jember tahun 1989.

Tahun 1997 gelar magister diperoleh di IPB melalui program studi penyuluhan pembangunan. Universitas Gajah Mada menjadi pilihannya untuk menempuh pendidikan doktor di tahun 2015 melalui program studi penyuluhan dan komunikasi pembangunan.

---oo0oo---