

STRATEGI MANAJEMEN PASOKAN DAN BIAYA PRODUKSI DI KEDAI KOPI

(Studi Kasus: Analisis Pada Kedai Aroem Kopi Bantul)

¹Julianti; ²Nanang Djunaedi



^{1,2} Magister Management Universitas
BudiLuhur Jakarta STEI Al Amar
Subang

Korespondensi: 
joeliantie25@gmail.com¹
masdjun97@gmail.com²

Artikel ini tersedia dalam:
<http://journal.stiemb.ac.id/index.php/mea>
DOI:10.31955/mea.vol3.iss2.pp19
1-205

Vol. 3 No. 2 Mei-Agustus 2019

e-ISSN: 2621-5306

p-ISSN: 2541-5255

How to Cite:

Julianti, J., & Djunaedi, N.
(2019). STRATEGI MANAJEMEN
PASOKAN DAN BIAYA
PRODUKSI DI KEDAI
KOPI. *Jurnal Ilmiah MEA*
(Manajemen, Ekonomi, &
Akuntansi), 3(2), 191-205

Copyright (c) 2019 Jurnal Ilmiah
MEA (Manajemen, Ekonomi, &
Akuntansi)



This work is licensed under
a [Creative Commons Attribution-
NonCommercial 4.0 International
License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

ABSTRAKSI : Ngopi, merupakan trend baru yang tengah digandrungi oleh berbagai kalangan di Indonesia. Dengan meningkatnya minat ngopi dan nongkrong dari semua kalangan, banyak pengusaha yang kemudian berbondong-bondong mendirikan cafe atau warung kopi, terutama di kawasan dengan sebagian besar penduduknya adalah pelajar atau mahasiswa. Hal ini membuat banyak kedai ataupun kafe yang sudah didirikan sejak lama mendapatkan banyak pesaing. Begitu pula yang terjadi dengan Aroem Kopi, Aroem kopi dituntut untuk menerapkan berbagai strategi agar tetap bertahan di pasaran, salah satunya melalui strategi manajemen. Dengan desain produk yang menarik, maka penelitian ini bertujuan meneliti tentang strategi manajemen yang diterapkan oleh kedai Aroem Kopi untuk mempertahankan eksistensinya di pasaran. Dengan menggunakan desain penelitian deskriptif analitis, penelitian yang mengambil lokasi penelitian di kawasan Bantul ini mendapatkan hasil bahwa dalam hal inventory control, kedai Aroem kopi perlu melakukan sedikit perubahan metode agar dapat menghemat biaya serta membuat perputaran modal lebih efektif dengan sistem inventory control ABC. Keputusan manajemen biaya produksi yang diambil juga memberikan dampak yang positif bagi coffee shop ini sehingga memberikan keuntungan yang stabil.

Kata Kunci: Manajemen Pasokan, Biaya Produksi, Kedai Kopi

ABSTRACT: *Coffee, is a new trend that is loved by various groups in Indonesia. increasing interest in hang out and coffee and hang out from all many people, many entrepreneurs who then flocked to establish a cafe or coffee shop, especially in areas with a large population of students. This makes it a lot of old coffee shop get some new competitors. The same thing happened with Aroem Kopi, Aroem Kopi is demanded to implement various strategies to stay afloats in the market, one of which is through management strategies. With an attractive product design, this study purposed to research the management strategy adopted by Aroem Coffee shop to maintain its existence in the market. By using a descriptive analytical research design, research that take place in the Bantul area gets*

research results that in terms of inventory control, Aroem coffee shop needs to make a little change in the method in order to save costs and make capital turnover more effective with ABC inventory control systems. Production cost management decisions taken also provide positive results for this coffee shop so as to provide a stable profit.

Keywords: Supply Management, Production Costs, Coffee Shops

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara berkembang, dimana terdapat berbagai sektor usaha yang mengalami perkembangan pesat pula. Beberapa bidang usaha yang sedang berkembang dengan pesat adalah *franchise* makanan, minuman, *coffee shop* dan masih banyak lagi. Selain usaha yang dijalankan secara langsung, terdapat pula berbagai usaha yang berkembang di dunia maya atau lebih dikenal dengan online shop, dimana dalam teknik pemasarannya seringkali menawarkan banyak diskon. Untuk *franchise* makanan dan minuman mudah sekali ditemui di pinggir jalan dan Mall begitu juga dengan *coffee shop*. Kemunculan usaha tersebut juga dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya yaitu kebutuhan masyarakat, trend yang tengah berkembang, serta faktor-faktor lainnya.

Coffee Shop kebanyakan dapat ditemui di kota dengan populasi pelajar yang tinggi, seperti kota dengan banyak universitas dan sekolah. Selain itu, *coffee shop* juga akan banyak ditemui di kota dengan populasi pekerja kantoran yang tinggi. Keberadaan *coffee shop* tersebut merupakan bukti bahwa menikmati bukan lagi sebuah bentuk kecintaan terhadap kopi, akan tetapi lebih kepada tren atau gaya

hidup kekinian. Di Indonesia sendiri kopi dulunya hanya dikonsumsi oleh orang dewasa, akan tetapi sekarang kopi merupakan minuman bagi semua kalangan dan usia dengan berbagai varian dalam penyajiannya.

Trend ngopi di Indonesia sendiri mengalami perkembangan dikarenakan oleh beberapa faktor, salah satunya yaitu Indonesia merupakan negara yang dapat menghasilkan berbagai jenis kopi dengan aroma khas dan cita rasa yang berbeda-beda. Selain dipengaruhi oleh dari daerah mana biji kopi tersebut berasal, cita rasa nikmat yang timbul dari biji kopi asli Indonesia juga dipengaruhi oleh cara pengolahan serta penyajian kopi itu sendiri. Indonesia sendiri menghasilkan beberapa jenis kopi yang nikmat, baik Arabica, maupun jenis robusta. Diantaranya adalah kopi gayo yang berasal dari Aceh, kopi Toraja asli Tanah Toraja, kopi dari Bajawa Flores serta Wamena Papua, kopi Kintamani Bali, Kopi lereng Gunung Kawi, serta masih banyak lagi kopi-kopi lokal asli Indonesia.

Menjamurnya usaha *coffee shop* di Indonesia mendorong persaingan yang ketat antar pengusaha *coffee shop*. Hal ini pada akhirnya juga mendorong para pengusaha untuk melahirkan ide-ide yang lebih kreatif dalam menjalankan bisnis *coffee shop*-nya agar dapat mempertahankan eksistensi *coffee shop* miliknya serta tetap mendapatkan keuntungan. Para pengusaha juga harus pandai mengatur strategi agar pelanggan tetap tertarik untuk mengunjungi *coffee shop*-nya. Salah satu strategi yang dapat dilakukan oleh para pengusaha yaitu dengan menerapkan manajemen bisnis yang baik.

Manajemen menurut Longest (1978) adalah sebuah proses hubungan

interpersonal dan teknologi serta sumber daya manusia serta sumber daya lainnya untuk memenuhi tujuan dari organisasi. Sehingga, dalam mencapai tujuan sebuah organisasi, diperlukan penerapan manajemen yang baik. Manajemen itu sendiri terdiri dari bermacam-macam jenis, seperti manajemen pasokan dan manajemen produksi. Manajemen pasokan adalah manajemen yang mengatur tentang pasokan atau jumlah pemasok yang nantinya akan berkontribusi dengan perusahaan. Pemilihan pemasok ini sangat penting mengingat barang mentah atau setengah jadi yang dibeli harus berkualitas tinggi. Bahan yang berkualitas tersebut kemudian akan menghasilkan produk yang berkualitas bagus pula, sehingga hal tersebut akan mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap produk yang dijual baik berupa barang ataupun jasa.

Selain manajemen pasokan, manajemen biaya produksi juga mempunyai peran yang penting. Sofyan Assauri (2008) mendefinisikan manajemen produksi sebagai kegiatan pengaturan dan melakukan koordinasi dalam penggunaan berbagai sumber daya dan bahan baku secara efektif dan efisien untuk menghasilkan dan menambah nilai guna dari produk yang dihasilkan tersebut. Sedangkan manajemen biaya produksi merupakan manajemen pengaturan biaya yang harus dikeluarkan serta laba dihasilkan dalam produksi tersebut. Adanya manajemen produksi dari suatu perusahaan berguna untuk mencegah adanya kekurangan biaya baik itu dalam biaya operasional, bahan, maupun alat produksi.

Salah satu coffee shop yang sedang berkembang di Yogyakarta, tepatnya di daerah Bantul yaitu Kedai Aroem Kopi. Kedai Aroem Kopi terletak di Kecamatan

Kasih, Kabupaten Bantul, Yogyakarta. Letak dari kedai ini sangat strategis dimana dekat dengan Kampus Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, pemukiman warga, kost mahasiswa dan dilalui masyarakat umum. Ditengah banyaknya *coffee shop* yang sedang bermunculan, Kedai Aroem Kopi muncul sebagai coffee shop yang berbeda dengan *tag line* "house of single origin coffee". *Tag line* tersebut mempunyai arti bahwa pelanggan bisa menikmati kopi *single origin* dan premium di kedai ini. Kopi yang dijual dari Kedai Aroem Kopi berasal dari berbagai wilayah di Indonesia. Jenis kopi tersebut adalah Sumatera Mandailing, Sunda, Java, Flores, Aceh Gayo, papua Wamena dan kopi jenis lainnya. Dengan desain produk Aroem Kopi yang sudah menarik, sehingga menarik untuk diteliti tentang bagaimana manajemen pasokan serta manajemen biaya produksi dari kedai Aroem Kopi ini dalam menghadapi persaingan untuk mempertahankan eksistensinya di pasaran.

TINJAUAN LITERATUR DAN HOPOTESIS

Penelitian Terdahulu

Untuk menekankan orisinalitas penelitian, peneliti mengambil beberapa penelitian terdahulu, diantaranya yaitu penelitian yang dilakukan oleh Riedel dan Marossa (2016). Penelitian keduanya mengambil judul "Analisis Perhitungan Biaya Produksi Pada PT. Manado Nusantara Informasi (Koran Sindo)". Fokus dari penelitian ini yaitu melakukan analisis pada biaya produksi dengan menggunakan metode analisis *activity based costing*. Penelitian deskriptif yang mengambil lokasi penelitian di PT. Manado Nusantara Informasi atau lebih dikenal dengan Koran Sindo ini menemukan hasil penelitian bahwa terdapat perbedaan dalam

penghitungan biaya produksi yang sangat besar dengan menggunakan dua metode yang berbeda. Sehingga peneliti memberikan saran bahwa akan lebih baik jika PT. Manado Nusantara Informasi menggunakan metode *variable costing* untuk keputusan jangka pendek karena hanya menghitung biaya variabel. Kemudian, untuk melakukan pengalokasian biaya aktivitas untuk setiap produk disarankan untuk direncanakan dengan metode *activity based costing*.

Selanjutnya, penelitian dari Sudjana dan Zahroh (2014) yang berjudul “*Penerapan Activity Based Costing (ABC) System Untuk Menentukan Harga Pokok Produksi (Studi Pada PT. Indonesia Pet Bottle Pandaan Pasuruan)*”. Fokus dari penelitian ini yaitu melakukan perhitungan biaya produksi dalam memetukan harga pokok produksi dengan dua metode, yaitu perhitungan akuntansi tradisional dan menggunakan metode ABC. Penelitian deskriptif kualitatif ini mendapatkan hasil bahwa terdapat perbedaan hasil perhitungan dengan dua metode yang berbeda tersebut, sehingga peneliti memberikan saran bahwa akan lebih baik jika PT. Indonesia Pet Bottle Pandaan Pasuruan menggunakan sistem ABC untuk menentukan harga pokok produksi karena hasilnya lebih akurat dalam pengambilan keputusan.

Ketiga penelitian dari Sari (2018) yang berjudul “*Analisis Perhitungan Persediaan Dengan Metode FIFO dan Average Pada PT. Harapan.*”. Fokus dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui adanya pengaruh perhitungan dengan menggunakan dua metode yang berbeda, yaitu metode average dan FIFO. Hasil dari penelitian ini adalah metode *average* menghasilkan nilai persediaan yang lebih

besar dan memberikan laba bersih yang lebih besar daripada metode FIFO.

Manajemen Pasokan

Chow et.al (2006) menjelaskan bahwa *Supply Chain Management* merupakan sebuah pendekatan strategis dan menyeluruh tentang permintaan, operasional, pembelian serta manajemen proses logistik. Sedangkan Levi, et.al (2000) mendefinisikan SCM sebagai sebuah pendekatan yang digunakan untuk menganalisis *supplier, manufacture, distributor, retailer dan customer* dalam mencapai proses yang efisien, dimana dalam hal ini, barang yang diproduksi berada dalam jumlah, waktu dan tempat yang tepat sehingga hal tersebut dapat digunakan sebagai strategi untuk meminimalisir biaya. Tujuannya adalah untuk mencapai service level yang diharapkan dengan biaya seminimal mungkin. Selanjutnya menurut Pujawan (2005) SCM merupakan sebuah metode secara *integrative* yang melibatkan semua pihak yaitu suplier sebagai pemasok bahan baku produksi, pabrik sebagai pengelola proses produksi, serta jaringan distribusi serta jasa logistic sebagai pendistribusi hasil produksi tersebut.

Berdasarkan beberapa penjelasan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa SCM merupakan suatu metode atau pendekatan yang digunakan untuk mengelola permintaan, operasional, pembelian hingga aliran produk sehingga menghasilkan produk yang efisien. Produk yang dihasilkan sesuai dengan permintaan konsumen. Menurut Indarjit dan Djokopranoto (2003), ada beberapa pemain dalam rantai pasokan, yaitu: *Supplier, Manufacturer, Distributor/Wholesaler, Retail, Outlet Dan Customer*.

Selanjutnya, agar SCM berjalan dengan lancar maka diperlukan adanya penggerak menurut Copra dan Meidl (2004) yaitu:

- a. *Inventory*, terdiri dari bahan baku mentah, bahan yang masih dalam proses produksi dan barang-barang yang sudah diselesaikan atau produk jadi.
- b. Transportasi, transportasi yang digunakan atau dipilih dalam pemindahan *inventory* ke dalam penyimpanan/gudang.
- c. Fasilitas, tempat-tempat dalam jaringan *supply chain* yang menyimpan, merakit atau memproduksi *inventory*.
- d. Informasi, merupakan rangkaian data dan analisis tentang *inventory*, transportasi, fasilitas serta pelanggan pada manajemen pasokan.

Agar manajemen rantai pasok bisa berlanjut dengan lancar maka dibutuhkan adanya manajemen dalam persediaan atau lebih dikenal dengan *inventory control*. Salah satu metode *inventory control* adalah metode FIFO (*First In First Out*). Metode FIFO (*First In First Out*) menurut Keiso (2002) merupakan metode dimana barang yang dibeli pertama kali merupakan barang yang harus dipergunakan pertama kali, sehingga stok yang ada dalam gudang merupakan barang yang terakhir dibeli. Selain FIFO, terdapat metode pencatatan persediaan lain, seperti sistem ABC (*Always Better Control*).

Menurut Heizer dan Render (2005) metode ABC yaitu metode dalam mengelompokkan persediaan dengan memperhatikan harga, frekuensi pemakaian barang, resiko kehilangan, serta *lead time* barang. Pengelompokan tersebut

dilakukan dengan cara membagi barang yang ada dalam persediaan menjadi 3 kelompok, yaitu kelompok A, kelompok B dan kelompok C. Schroeder (2010) mengklasifikasikan jenis barang dalam sistem ABC sebagai berikut:

1. Kelompok A merupakan barang dengan nilai paling tinggi, dimana jumlahnya sebanyak 20% dari total persediaan sedangkan nilainya mencapai 80% dari total nilai barang dalam persediaan.
2. Kelompok B merupakan barang intermediet atau yang berada ditengah, baik dari segi nilai ataupun jumlah. Jumlah barang dalam kelompok B biasanya sekitar 30% dari total keseluruhan jumlah barang persediaan, sedangkan nilainya hanya 15% dari total nilai barang.
3. Kelompok C merupakan barang dengan nilai terendah yaitu sebesar 5% dari total nilai barang dalam persediaan, serta jumlahnya besar, yaitu 50% dari total keseluruhan jumlah barang dalam persediaan.

Manajemen Biaya Produksi

Mulyadi (2014) mendefinisikan biaya sebagai pengorbanan dalam satuan uang dalam ekonomi untuk tujuan tertentu. Sedangkan menurut Baldrick, et.al (2013) biaya merupakan pengorbanan sumber ekonomi untuk mendapatkan suatu barang atau jasa untuk diambil manfaatnya. Selanjutnya Mowen (2009) mendefinisikan biaya sebagai pengorbanan atas nilai ekuivalen kas untuk memperoleh suatu barang atau jasa untuk diambil manfaatnya sekarang atau dimasa yang akan datang bagi suatu organisasi.

Sedangkan tujuan pengendalian biaya dalam suatu usaha menurut Anthony, dkk (1989) yaitu:

1. Mencegah terjadinya pemborosan biaya
2. Untuk menilai prestasi manajemen
3. Mendorong agar kebijakan dapat ditati
4. Mengerahkan semua elemen terkait dalam kegiatan produksi

Sedangkan biaya produksi sendiri menurut Sutrisno (2012) adalah biaya-biaya yang harus dikeluarkan oleh suatu perusahaan untuk mengolah bahan baku mentah menjadi suatu produk jadi. Biaya produksi dalam suatu perusahaan terbagi atas tiga yaitu, biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik yang merupakan biaya diluar biaya tenaga kerja langsung dan biaya bahan baku. Mowen (2004) menyatakan bahwa biaya produksi merupakan biaya-biaya yang berkaitan dengan barang dan jasa. Sedangkan menurut Usry (2005) biaya produksi merupakan penjumlahan atas biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung serta biaya *overhead* pabrik. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa biaya produksi merupakan biaya yang dikeluarkan oleh sebuah perusahaan yang digunakan untuk proses pengolahan bahan baku menjadi produk jadi dan terbagi atas tiga kategori, yaitu biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik.

Fokus Penelitian

Selanjutnya, agar penelitian tidak melebar luas, maka peneliti menetapkan beberapa batasan dalam melakukan penelitian ini, diantaranya:

1. Penelitian ini dilaksanakan dalam rentang waktu 6 bulan yaitu sejak bulan Januari – Juni 2019.
2. Penelitian ini bertempat di Kedai Aroem Kopi yang terletak di Kabupaten

Bantul, Jogjakarta yang merupakan salah satu kedai kopi yang tetap eksis ditengah munculnya berbagai kedai kopi baru di wilayah tersebut.

3. Penelitian ini difokuskan pada analisis manajemen persediaan serta manajemen biaya produksi dari kedai Aroem kopi itu sendiri.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian analisis deskriptif kualitatif, dimana penelitian kualitatif merupakan penelitian yang dalam proses pengumpulan datanya didasarkan pada fakta di lapangan. Hasil dari penelitian kualitatif adalah data yang bukan berupa angka, baik hasil wawancara maupun observasi lapangan yang kemudian dideskripsikan secara jelas dalam pembahasan penelitian.

Penelitian ini meneliti variabel tunggal yang memiliki dua sub variabel, yaitu:

1. Manajemen pasokan yaitu merupakan strategi perusahaan dalam mengelola pasokan dalam usahanya, dalam penelitian ini merupakan strategi Aroem Kopi dalam memilih pemasok, mengirim pasokan serta mengelola persediaan.
2. Manajemen biaya produksi yaitu strategi perusahaan dalam mengelola biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi barang, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Penelitian ini menggunakan dua metode pengumpulan data. Metode pertama yaitu *field research* atau penelitian lapangan berupa observasi, wawancara serta dokumentasi di lokasi penelitian. Metode yang kedua yaitu metode *library research* atau penelitian

kepuustakaan, yaitu penelitian yang dilakukan dengan sumber data dari hasil telaah pustaka, seperti buku-buku, koran, jurnal, serta sumber pustaka lainnya.

Sedangkan terdapat dua jenis data dalam penelitian ini, yaitu data primer yang merupakan data utama dalam penelitian ini. Data primer dalam penelitian ini bersumber dari wawancara langsung dengan pemilik dan pegawai Kedai Aroem Kopi. Data yang kedua adalah data sekunder, dimana data sekunder merupakan data pelengkap dalam penelitian ini. Data sekunder dalam penelitian ini bersumber dari laporan keuangan kedai.

Menurut Miles dan Huberman (2007) teknik analisis data dalam penelitian kualitatif melalui 3 tahapan, yaitu reduksi data, penyajian data kemudian penarikan kesimpulan atau verifikasi. Kemudian, untuk menekankan kevalidan penelitian, maka perlu adanya uji validitas data. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik triangulasi untuk melakukan uji validitas data. Triangulasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu triangulasi sumber. Dalam penelitian ini proses triangulasi data dilakukan dengan cara memadukan data yang diperoleh dari hasil wawancara yang dilakukan dengan pemilik kedai, pegawai bagian keuangan dan gudang dengan laporan tertulis dari kedai Aroem kopi itu sendiri.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Manajemen Pasokan Aroem Kopi

Sebelumnya sudah dijelaskan bahwa supply chain management menurut Levi dkk., merupakan pendekatan yang digunakan untuk menganalisis proses pengambilan kebijakan dalam sebuah perusahaan dalam mencapai proses yang efisien dari *supplier, manufacture, distributor, retailer dan customer*. Output

yang diharapkan dengan adanya SCM adalah barang/jasa diproduksi dalam jumlah yang tepat untuk mencapai service level yang diharapkan dengan memakan biaya seminim mungkin. Terdapat komponen dasar dalam SCM menurut Bhatnagar (2009), yaitu:

1. *Plan*

Sebagai monitoring rantai pasokan agar efisien. Selain itu planning juga berfungsi sebagai pengendali biaya, sehingga pemilik usaha dapat meminimalisir penggunaan biaya. Dalam menjalankan usahanya, Aroem Kopi memiliki planning matang dalam pengaturan biaya produksi maupun proses produksinya sendiri. Sehingga dengan adanya planning tersebut, Aroem Kopi dapat menyajikan kopi dengan kualitas tinggi kepada pelanggan dengan harga yang terjangkau, dimana kebanyakan konsumen Aroem Kopi adalah pelajar atau mahasiswa.

2. *Source*

Melakukan pengaturan terhadap pemasok, dimana pemilik usaha harus melakukan pengaturan harga terhadap bahan baku, proses pembayaran serta pengiriman bahan baku, serta melakukan hubungan baik dengan pemasok. Kopi yang disajikan di Aroem Kopi merupakan kopi lokal dengan cita rasa nikmat, maka dari itu, menjadi penting bagi Aroem Kopi untuk menjaga hubungan baiknya dengan pemasok agar selalu mendapatkan suplai kopi terbaik sebagai bahan baku utama produksi.

3. *Make*

Mengatur dalam proses produksi yang dimulai dengan penjadwalan

yang diperlukan untuk pegawai produksi, melakukan quality control untuk menjaga kualitas barang, serta melakukan pengiriman produk. Aroem kopi merupakan kedai dengan jadwal yang tersusun rapi, mulai dari pengaturan pekerja shift, pengaturan produksi, pengaturan pembukaan dan penutupan toko, hingga pengaturan pelayanan.

4. *Deliver*

Melakukan pengaturan dalam penyampaian pesanan ke konsumen. Proses deliver dalam Aroem kopi adalah penyajian kopi ke pelanggan.

5. *Return/Reverse Flow*

Melakukan pengaturan dalam menerima komplain dari konsumen, baik dalam hal pengembalian maupun penggantian. Dalam menangani komplain, Arum Kopi selalu menerima dengan baik setiap kritik dan saran dari pelanggan yang berfungsi sebagai pembangun usaha. Bagi Aroem Kopi, kepuasan pelanggan merupakan hal yang utama. Hal ini menjadi nilai plus tersendiri untuk Aroem kopi di mata pelanggannya.

Secara garis besar, manajemen pasokan terdiri dari beberapa bagian, diantaranya yaitu manajemen pemasok, manajemen distribusi, serta manajemen inventory control. Agar SCM berjalan dengan lancar maka sangat penting untuk memilih pemasok. Berikut merupakan strategi dalam memilih pemasok menurut Rander dan Heizer (2014);

1. *Many suppliers* (banyak pemasok)

Perusahaan melakukan negosiasi dan menjalankan hubungan dengan

banyak pemasok. Strategi ini bertujuan agar perusahaan tidak kehabisan stok jika salah satu pemasok mengalami masalah dalam proses suplai bahan baku.

2. *Few suppliers* (beberapa pemasok)

Perusahaan memilih sedikit pemasok dengan tetap menjaga hubungan baik dengan pemasok tersebut dalam jangka panjang. Pemasok yang dipilih merupakan pemasok dengan komitmen yang tinggi dalam menyediakan suplai bahan baku terhadap perusahaan. Hal ini dilakukan karena pemasok jangka panjang akan mengerti dan memahami saran dari perusahaan serta konsumen akhir. Melakukan kerjasama dengan beberapa pemasok akan menghasilkan nilai dengan biaya produksi dan biaya transaksi lebih rendah. Faktor yang terpenting dalam hubungan ini yaitu kepercayaan dari budaya perusahaan yang sama dan serasi.

3. *Vertical Integration* (integrasi vertikal)

Perusahaan mengembangkan kemampuan perusahaan dalam memproduksi barang yang dibeli pada masa sebelumnya atau dapat pula dilakukan dengan membeli si pemasok tersebut. pada strategi ini terdapat 2 bentuk, yaitu:

a. Integrasi ke belakang.

Perusahaan membeli para pemasoknya.

b. Integrasi ke depan

Perusahaan membuat barang jadi.

4. *Keiretsu Network* (jaringan keiretsu)

Perusahaan membuat hubungan jangka panjang dengan pemasok

dengan cara memberikan dukungan secara finansial melalui pinjaman. Pada strategi ini perusahaan mengharapkan pemasok sebagai mitra dan memberikan keahlian teknis serta produksi yang stabil terhadap perusahaan.

5. *Virtual Companies* (perusahaan virtual)

Pada strategi ini hubungan yang dilakukan dengan pemasok adalah untuk memberikan pelayanan yang dibutuhkan. Batasan yang dimiliki oleh perusahaan maya tidak tetap dan bergerak oleh karena itu dapat memberikan pelayanan jasa seperti pembayaran gaji, pengangkatan pegawai, perancangan serta pendistribusian produk.

6. *Joint Ventures* (perusahaan patungan)

Strategi ini dilakukan dengan cara melakukan penggabungan perusahaan baik secara kemampuan, keterampilan maupun teknologi dan strategi. Tujuan dari strategi ini yaitu untuk menjaga persediaan atau mengurangi biaya.

Kedai Aroem mencari dan mengambil *supplier* dari petani biji kopi yang memang mempunyai biji kopi dengan kualitas yang bagus. Tujuannya adalah untuk mendapatkan biji kopi dengan kualitas yang bagus serta menghemat biaya karena membeli langsung dari petani tersebut. Petani juga diuntungkan dari proses ini karena mendapatkan harga yang sesuai dengan kualitas biji kopi yang dijual. Strategi yang digunakan oleh Aroem kopi adalah strategi pemilihan pemasok dengan *many supplier*. Strategi ini dirasa cocok dikarenakan Aroem membutuhkan supplier dengan harga murah dan kualitas barang

bagus. Dengan pemilihan banyak supplier akan memungkinkan Aroem kopi selalu mendapat pasokan bahan baku dengan kualitas dan kuantitas yang diharapkan. Hal tersebut akan mencegah kedai mengalami *collapse* pada saat terjadi kelangkaan ketersediaan pada bahan baku.

Rantai pasok menurut Winarto dan Arisandi (2006) adalah jaringan antar perusahaan untuk menciptakan dan menyalurkan produk sampai pada konsumen terakhir. Pemain dalam rantai pasokan terdiri dari pemasok yang dalam hal ini adalah penyuplai bahan baku, pengolah atau pabrik tempat bahan baku di produksi, distributor atau penyalur barang hasil produksi, toko yang menjual hasil produksi secara ecer serta pelanggan atau konsumen. Dalam proses rantai pasok pada Aroem Kopi, distributor dan pengecer tidak memiliki peran. Hal ini dikarenakan bahan baku produksi yang diterima oleh Aroem kopi berasal dari petani atau produsen. Sedangkan Aroem kopi sendiri berperan sebagai pengolah yang langsung melakukan penjualan ke konsumen. Sehingga rantai pasok dari Aroem kopi hanya terdiri atas 3 komponen, yaitu petani sebagai supplier, Aroem kopi sebagai pengolah, serta pelanggan sebagai konsumen.

Manajemen distribusi untuk menunjang keberhasilan manajemen pasokan di kedai Aroem kopi adalah proses pengiriman biji kopi dari petani ke Yogyakarta, gudang atau tempat penyimpanan Kedai Aroem Kopi. Dalam proses pengiriman tersebut, pegawai kedai Aroem kopi yang memiliki keahlian dibidang pemilihan bahan baku mengambil sendiri kopi yang berasal dari petani yang berada di sekitar Jogjakarta. Sedangkan untuk kopi yang berasal dari luar kota Jogjakarta dilakukan pengiriman melalui

kurir. Setelah biji kopi tersebut datang maka biji kopi akan dipisah menjadi 2, yaitu untuk di sangrai (*roasting*) dan untuk disimpan sebagai stok. Proses pemanggangan atau penyangraian bertujuan agar cita rasa kopi muncul dan setelah itu kopi siap untuk diolah ke tahap selanjutnya. Tahap selanjutnya akan dilakukan oleh seorang Barista dimana Barista tersebut akan melakukan proses *grinding* langsung di *coffee shop* sesuai dengan kopi pilihan konsumen. Setelah itu kopi siap disajikan dan dinikmati oleh pelanggan.

Suplai pasokan yang baik dengan bahan baku kualitas bagus pula harus memiliki sistem inventory control yang bagus pula. Kedai Aroem Kopi merupakan *coffee shop* yang menggunakan metode First In First Out (FIFO) dalam sistem manajemen gudangnya. Dalam sistem manajemen inventory ini, setiap barang yang datang terlebih dahulu akan digunakan terlebih dahulu. Berikut merupakan perhitungan dengan sistem perpetual FIFO di kedai Aroem kopi, dimana semua bahan dijadikan satu dan diklasifikasikan berdasarkan tanggal pemasukan dan pengeluaran barang.

Tabel 1
Sistem perpetual FIFO (First In First Out) dalam 1 tahun

Tgl	Pembelian			Harga pokok penjualan			Persediaan		
	Unit	Harga/unit	Total harga	Unit	Harga/unit	Total harga	Unit	Harga/unit	Total harga
01/01	-	-	-	-	-	-	100	12.000	1.200.000
05/02	300	35.000	10.500.000	-	-	-	100	17.000	3.400.000
20/03	-	-	-	80	5.000	400.000	500	5.000	2.500.000
15/04	-	-	-	200	17.000	3.400.000	300	17.000	5.100.000
22/05	200	15.000	3.000.000	-	-	-	100	12.000	1.200.000
01/06	-	-	-	275	12.000	3.300.000	100	5.000	500.000
01/07	225	13.000	2.925.000	-	-	-	200	5.000	1.000.000
04/08	-	-	-				150	17.000	2.550.000
16/09	200	15.000	3.000.000				200	12.000	2.400.000
09/10	170	36.000	6.120.000	-	-	-	100	5.000	500.000
11/11	-	-	-	500	5.000	2.500.000	275	5.000	1.375.000
05/12	100	17.000	1.700.000	350	17.000	5.950.000	100	17.000	1.700.000
Total	1195	131.000	16.755.000	1.405	56.000	12.490.000	2.225	129.000	23.425.000

Selanjutnya, peneliti melakukan perbandingan jika *inventory control* dirubah menjadi sistem pengendalian persediaan menggunakan sistem ABC. Kategori bahan baku berdasarkan sistem ABC yaitu:

1. Kelas A merupakan bahan baku dengan presentase nilai tinggi yang dalam hal ini adalah biji kopi, sebagai bahan baku utama kedai. Biji kopi memiliki jumlah 20% dari keseluruhan bahan baku yang ada di kedai, akan tetapi nilainya

sebanyak 80% dari total nilai bahan baku di kedai.

2. Kelas B merupakan bahan baku dengan presentase nilai sedang, yaitu matcha yang merupakan bahan baku penolong di kedai Aroem kopi ini. Matcha memiliki nilai 15% dari keseluruhan nilai bahan baku di kedai. Sedangkan jumlahnya adalah 30% dari jumlah total bahan baku.
3. Kelas C merupakan bahan baku dengan presentasi nilai rendah, akan tetapi

jumlahnya banyak. Di kedai Aroem kopi, yang termasuk dalam kelompok C adalah susu, gula, roti dan selai, dimana bahan-bahan tersebut berjumlah 50% dari total bahan baku di kedai, akan tetapi nilai dari bahan baku kelas C adalah hanya sebesar 5% dari total keseluruhan nilai bahan baku yang ada di kedai.

Dari hasil pengelompokan tersebut diperoleh hasil bahwa Kopi sebagai bahan baku yang masuk dalam kategori A diperlukan pengaturan pengendalian yang lebih besar dibandingkan dengan bahan baku lainnya yang masuk dalam kategori B

dan C karena nilainya yang besar. Berdasarkan analisis diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa manajemen inventory control yang baik untuk kedai adalah dengan metode ABC. Dengan menggunakan metode ABC kedai akan lebih mudah dalam menentukan dan membedakan bahan baku yang memiliki prioritas utama, sehingga tidak ada bahan baku yang disimpan lewat tanggal kedaluarsa. Hal ini juga berfungsi untuk memperkecil stok yang ada digudang, sehingga modal dalam kedai bisa berputar dan dapat digunakan untuk pengembangan kedai.

Tabel 2
Nilai Presentase Dana (dalam Rupiah) Setiap Jenis Bahan Baku (dalam Persen)

No	Jenis cetakan	Satuan	Kuantitas pemakaian (D ₁)	Harga satuan (P ₁)	Nilai penerapan dana (M ₁)	Penyerapan dana (P ₁)
1	Biji Kopi	Kg	250	35.000	8.750.000	45,7%
2	Susu	Pack	130	15.000	1.950.000	10,1%
3	Gula	Kg	135	13.000	1.755.000	9,1%
4	Matcha	Kg	120	36.000	4.320.000	22,5%
6	Roti	Pack	100	15.000	1.500.000	7,8%
7	Selai	Botol	50	17.000	850.000	4,4%

Manejemen Biaya Produksi Pada Kedai Aroem Kopi

Biaya produksi merupakan biaya yang harus dikeluarkan oleh perusahaan untuk melakukan proses produksi yang kemudian akan menghasilkan barang/jasa. Biaya produksi tersebut diklasifikasikan menjadi tiga, yaitu biaya bahan baku, biaya

tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik. Dalam melakukan perencanaan biaya, kedai Aroem kopi membagi biaya yang dikeluarkan menjadi dua jenis, yaitu biaya tetap (*fixed cost*) yang dihitung berkala pertahun. Biaya selanjutnya yaitu *variable cost* yang dihitung setiap bulannya.

Tabel 3
Biaya Tetap (Fixed Cost) Kedai Aroem Kopi

No	Jenis Alat/Mesin	Harga Satuan (Rp)	Jumlah Harga (Rp)
1	Sewa KAFE @TAHUN	13.000.000	13.000.000
2	Perbaikan KAFE	58,252,100	71.252.100
3	Meja kursi	9.500.000	80.752.100

No	Jenis Alat/Mesin	Harga Satuan (Rp)	Jumlah Harga (Rp)
4	Mebeuler lain/meja	7.000.000	87.752.100
5	Perlengkapan KAFE	575.000	88.327.100
6	lampu Kafe	2.800.000	91.127.100
7	Biaya desaign Kafe	2.000.000	93.127.100
8	Beli peralatan tukang	375.000.	93.502.100
9	freezer	3.675.000	97.177.100
10	Peralatan dapur	600.000	97.777.100
11	Kursi kafe	6.000.000	103.777.100
12	Kursi taman/outdoor	2.000.000	105.777.100
13	Alat musik/sound system	1.500.000	107.277.100
14	Beli kabel	125.000	107.402.100
15	Biaya las	1.500.000	108.902.100
	Rak tempat kopi	2.500.000	111.402.100
16	Showcase	2.650.000	114.052.100
17	Kipas angin tornado	650.000	114.702.100
18	Kulkas	2.000.000	116.702.100
19	Peralatan Kopi		
	Mesin espresso	45.000.000	161.702.100
	Grinder Single Origin	1.990.000	163.692.100
	Grinder Espresso	7.500.000	171.192.100
	Rok presso	2.500.000	173.692.100
	Moka Pot	65.000	173.757.100
	French Press	95.000	173.852.100
	V60	60.000	173.912,100
	Grinder Manual	625.000	174.537.100
	Toples kopi	600.000	175.137.100
	Vietnam Drip	45.000	175.182.100
	Chemex	280.000	175.462.100
	Timbangan	350.000	175.812.100
	Termometer	45.000	175.857.100
	Timer	250.000	176.107.100
	Kettle	360.000	176.467.100
	Server	260.000	176.727.100
	Milk Jug	450.00	177.177.100
	Gelas/Cup dan peralatan dapur	3.460.000	180.637.100
20	Ongkos tukang	20.000.000	
Jumlah			200.637.100

Tabel 4
Biaya Variabel (*Variable Cost*) Kedai Aroem Kopi

No	Jenis Alat/Mesin	Jumlah
1	Listrik	817.000
2	Air	50.000
3	Gas	100.000
4	Internet	281.000

5	Biaya kebersihan	30.000
6	Biaya keamanan	100.000
7	Gaji karyawan	5.380.000
8	Operasional IT/kasir	150.000
9	Jasa roasting	120.000
10	Beli biji kopi	548.000
11	Susu	168.000
12	Bahan baku	7.470.000
13	Lain-lain (perbaiki kursi, bayar design, las kursi, servis kulkas, paper filter)	560.000
Jumlah		15.774.800

Mulyadi (2009), mengklasifikasikan biaya dalam produksi kedalam 3 kategori, yaitu:

1. Biaya Bahan Baku

Merupakan biaya yang dikeluarkan untuk pembelian bahan baku utama untuk membuat produk, dimana bahan baku dapat dibeli melalui proses impor maupun pembelian lokal. Dalam pembelian bahan baku tersebut, kedai Aroem kopi membeli kopi hanya dari pembelian lokal saja, sehingga tidak diperlukan biaya penyewaan gudang serta biaya dalam rangka import.

2. Biaya Tenaga Kerja Langsung

Tenaga kerja langsung merupakan biaya yang dikeluarkan pemilik kedai untuk semua karyawan di kedai, yaitu untuk membayar gaji karyawan di kedai Aroem kopi setiap bulannya.

3. Biaya *Overhead*

Biaya *Overhead* merupakan biaya yang dikeluarkan oleh pemilik kedai untuk keperluan selain bahan baku dan gaji karyawan, yaitu:

- a. Biaya untuk belanja bahan baku penolong yang merupakan pelengkap produksi kopi di kedai.

- b. Biaya pemeliharaan inventaris kedai, dimana jika barang tidak diberikan pemeliharaan secara rutin, maka akan cepat mengalami kerusakan.

- c. Biaya Tenaga Kerja Tidak Langsung, merupakan biaya yang dikeluarkan pemilik kedai untuk keperluan tunjangan pegawai, biaya kesejahteraan, serta biaya untuk memberikan bonus atau kompensasi.

- d. Biaya *overhead* pabrik lain, seperti pembayaran tagihan listrik dan air.

SIMPULAN

Berdasarkan analisa diatas, dapat diambil kesimpulan bahwa Kedai Aroem Kopi mempunyai manajemen rantai pasokan yang bagus dibuktikan dengan adanya pemasok yang melakukan kerjasama jangka panjang yang baik dengan mereka. Biji kopi yang didapatkan berkualitas sehingga bisa menghasilkan kopi yang enak untuk dinikmati para pelanggan. Selain itu. Kedai Aroem kopi juga bisa melakukan penghematan biaya dari pemasok tersebut. Akan tetapi dalam hal inventory control, kedai Aroem kopi perlu melakukan sedikit perubahan metode agar dapat menghemat biaya serta membuat

perputaran modal lebih efektif dengan sistem inventory control ABC. Keputusan manajemen biaya produksi yang diambil juga memberikan dampak yang positif bagi *coffee shop* ini sehingga memberikan keuntungan yang stabil.

DAFTAR PUSTAKA

- Anthony, R.N. dan Reece, J.S. 1989. *Accounting, Text, and Cases. 8 th ed.* Romewood, Richard D. Irwin.
- Chopra, Sunil, Meindl, Peter. 2004. *Supply Chain Management: Strategy, Planning and Operations, 2nd edition.* Prentice-Hall. Ner Jersey
- Chow, V. T. et al. 1998. *Monitoring of Dengue Viruses in Field Cought Aedes Aegypti and Aedes Albopictus by A Type-Specific PCR and Cycle Squencing.* American Journal of Tropical Medicine and Hygiene 58(5): 578-586.
- Hansen & Mowen. 2004. *Manajemen Biaya, Edisi Bahasa Indonesia.* Buku Kedua. Jakarta: Salemba Empat
- Hansen, Don R. Dan Mowen, Maryanne M. 2009. *Akuntansi manajareial. Buku satu. Diterjemahkan Deny Arnos Kwary.* Jakarta: Salemba Empat
- Heizer, Jay dan Barry Rander. 2014. *Manajemen Operasi. terjemahan Chriswan Sungkono.* ed. 9. Buku 2. Jakarta: Salemba Empat
- Indrajit, R.E dan Djokopranoto. 2003. *Konsep Manajemen Supply Chain: Cara Baru Memandang Mata Rantai Penyediaan Barang.* Jakarta: Grasindo
- Kieso, Donald E., Jerry J. Weygandt, dan Terry D. Warfield. 2002. *Akuntansi Intermediete. Terjemahan Emil Salim. Jilid 1. Edisi Kesepuluh.* Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Levi, et al. 2000. *Designing And Managing The Supply Chain Management.* U.S: St. Lucie Press.
- Marossa, Jenny dan Calvin Riedel F. W. 2016. "Analisis Perhitungan Biaya Produksi Pada PT. Manado Nusantara Informasi (Koran Sindo)". Jurnal EMBA. Vol. 4 No. 1 Maret. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Jurusan Akuntansi. Universitas Sam Ratulangi. Manado.
- Mengenal jenis-jenis kopi terbaik di Indonesia,
<https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20190723142646-262-414729/mengenal-jenis-jenis-kopi-terbaik-dari-indonesia> (25/11/2019, 10:05 WIB).
- Mulyadi. 2009. *Akuntansi Biaya. Edisi kelima. Cetakan kesembilan.* Yogyakarta: BPFE.
- Mulyadi. 2014. *Sistem Akuntansi.* Cetakan Keempat. Jakarta : Salemba Empat.
- Pujawan, I.N. 2005. *Supply Chain Managemet.* Guna Widya
- Sari, Dian Indah. 2018. *Analisis Perhitungan Persediaan Dengan Metode FIFO dan Average Pada PT. Harapan..* Vol. XVI No. 1 Maret. AMIK BSI Bekasi
- Schroeder, Goldstein and Rungtusanatham. 2010. *Operations Management: Contemporary Concepts and Cases.* 5th ed.. McGraw-Hill
- Siregar, Baldrick dkk. 2013. *Akuntansi Biaya. Edisi Kedua.* Salemba Empat, Jakarta
- Sutrisno. 2012. *Manajemen Keuangan Teori, Konsep dan Aplikasi.* Yogyakarta: EKONISIA.
- Turban, Efraim et al. 2004. *Information Technology For Management: Transforming Organizations In The*

Digital Economy. 4th Edition,
Hoboken, N.J: Wiley.

Usry, dan Carter. 2005. *Akutansi Biaya:*

Anggaran dan Biaya standar. edisi
13, Buku 2. Jakarta : Salemba Empat.

Zahroh, dkk. 2014. *Penerapan Activity*
Based Costing (ABC) System Untuk
Menentukan Harga Pokok Produksi
(Studi Pada PT. Indonesia Pet
Bottle Pandaan Pasuruan). Jurnal
Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 10
No. 1 Mei. Fakultas Ilmu
Administrasi. Universitas
Brawijaya Malang.