

**PEMETAAN KONDISI RANTAI PASOK BELIMBING  
KOTA DEPOK, PROPINSI JAWA BARAT**

***MAPPING THE STARFRUIT SUPPLY CHAIN CONDITION IN DEPOK CITY, WEST JAVA  
PROVINCE***

**Anna Rahmawati<sup>1\*</sup>, Nunuk Adiarni<sup>2</sup>, Zulmaneri<sup>3</sup>**

<sup>1\*</sup>(UIN Syarif Hidayatullah)

(Email: [annarahmawati@yahoo.com](mailto:annarahmawati@yahoo.com))

<sup>2</sup>(UIN Syarif Hidayatullah)

([adiarnisunarjo@gmail.com](mailto:adiarnisunarjo@gmail.com))

<sup>3</sup>(UIN Syarif Hidayatullah)

([zulmaneri.manir@uinjkt.ac.id](mailto:zulmaneri.manir@uinjkt.ac.id))

\*Penulis Korespondensi: [annarahmawati@yahoo.com](mailto:annarahmawati@yahoo.com)

**ABSTRACT**

*Depok's Star fruit has many advantages rising to high demands that have not been fully met. These advantages need to be optimized to increase competitiveness by maintaining fruit quality along the supply chain through the implementation of Good Logistic Practices (GLP). The implementation of GLP requires resources, capabilities and needs of each business actor along the supply chain. Considering the capacity and capabilities of star fruit business actors in Depok City, most of whom are micro and small-scale entrepreneurs, the implementation of standards will face difficulties. In this case, an active initiatives is needed from the government and associations to create programs and regulations that can improve the capabilities of star fruit agribusiness actors. This study aims to ensure the readiness of the star fruit supply chain in Depok City in implementing Good Logistic Practices (GLP) starting from mapping the supply chain conditions. The study is qualitative using the Food Supply Chain Network (FSCN) analysis framework from Van der Voorst. The results of the study found that there were 6 supply chain patterns formed in an effort to deliver star fruit from Depok City to consumers. In addition, this research also describes in detail the targets, management, structure, business processes and resources used in the supply chain.*

**Keywords:** *Supply Chain, star fruit, Depok City.*

**ABSTRAK**

Buah belimbing asal Kota Depok memiliki keunggulan sehingga memunculkan banyak permintaan pasokan yang belum sepenuhnya dapat dipenuhi. Keunggulan ini perlu dioptimalkan untuk meningkatkan daya saing dengan cara mempertahankan kualitas buah di sepanjang rantai pasok melalui penerapan *Good Logistic Practices* (GLP). Penerapan GLP membutuhkan sumberdaya dan kemampuan tertentu dari setiap pelaku usaha di sepanjang rantai pasok. Menilik kapasitas dan kapabilitas yang dimiliki oleh pelaku usaha belimbing di Kota Depok yang sebagian besar merupakan pengusaha skala mikro dan kecil, penerapan standar akan menghadapi kesulitan. Dalam hal ini dibutuhkan peran aktif dari pemerintah dan asosiasi untuk membuat program dan regulasi yang dapat meningkatkan kemampuan pelaku agribisnis

belimbing. Penelitian ini bertujuan untuk memastikan kesiapan rantai pasok buah belimbing di Kota Depok dalam menerapkan *Good Logistic Practices* (GLP) yang dimulai dari melakukan pemetaan kondisi rantai pasok. Penelitian bersifat kualitatif menggunakan kerangka analisis *Food Supply Chain Network (FSCN)* dari Van der Voorst. Hasil penelitian memetakan terdapat 6 pola rantai pasok yang terbentuk dalam upaya menyampaikan belimbing asal Kota Depok kepada konsumen. Penelitian ini menggambarkan secara detail sasaran, manajemen, struktur, proses bisnis dan sumber daya yang digunakan dalam rantai pasok.

**Kata kunci:** Rantai Pasok, Belimbing, Kota Depok.

## PENDAHULUAN

Buah belimbing adalah salah satu buah tropis yang memiliki prospek pemasaran yang sangat baik di Indonesia (Prihatman, 2000). Berdasarkan data Statistika Hortikultura 2022 (BPS, 2023), seluruh konsumsi belimbing nasional pada rentang tahun 2019 – 2022 berhasil dipasok dari hasil produksi nasional alias tidak ada impor. Hal ini menandakan bahwa produksi belimbing nasional memiliki daya saing yang sangat kuat pada pasar dalam negeri. Salah satu kota penghasil belimbing yang diperhitungkan dalam perdagangan belimbing nasional adalah Kota Depok. Jumlah belimbing yang diproduksi di Kota Depok merupakan yang tertinggi diantara kota lainnya di Propinsi Jawa Barat. Hingga tahun 2022, Jumlah produksi belimbing asal Kota Depok mencapai 23.9 % dari keseluruhan jumlah produksi Jawa Barat.

Kondisi agroklimat Kota Depok sangat cocok bagi budidaya belimbing sehingga buah yang dihasilkan memiliki kualitas yang lebih bagus dibandingkan buah belimbing dari daerah lain. Meskipun tidak ada data resmi terkait jumlah permintaan, namun minat terhadap belimbing Kota Depok sangat tinggi. Tetapi permintaan yang tinggi tersebut belum sepenuhnya dapat dipenuhi. Kondisi ini menjadi peluang untuk meningkatkan daya saing belimbing Depok di tengah menurunnya tingkat kesejahteraan petani dimana harga faktor produksi seperti pupuk, pestisida dan upah pekerja yang semakin mahal tidak diimbangi dengan kenaikan harga jual. Harga jual belimbing cenderung stagnan selama lima tahun terakhir.

Salah satu strategi yang dapat digunakan untuk meningkatkan daya saing belimbing Depok adalah melalui penguasaan teknik logistik dan penanganan rantai dingin diantara para pelaku rantai pasok. Tantangan dalam logistik produk segar adalah antara menjaga kualitas produk, biaya dan jasa (Fizzanty, 2012). Komoditas yang dikonsumsi dalam kondisi segar seperti buah belimbing berpotensi mengalami penurunan kuantitas dan kualitas secara cepat apabila tidak dilakukan penanganan pasca panen dengan tepat. Penurunan kualitas belimbing yang banyak ditemukan yakni berupa buah kisut/tidak segar, warna kecoklatan seperti memar pada permukaan buah serta kecoklatan pada sirip buah. Kejadian ini sering dijumpai pada pedagang eceran yang tidak membungkus buahnya dengan lapisan pelindung atau menjual secara curah. Kerusakan semakin meningkat akibat lamanya waktu penyimpanan (Sumiasih dkk, 2016).

Menurut Timmermans (2006), ada peluang bagi logistik dalam konfigurasi rantai pasok untuk berperan dalam menjaga kondisi agar kualitas awal produk dapat dipertahankan dan masa hidup produk bisa diperpanjang (*shelf life*). Pengelolaan logistik merupakan salah satu elemen dalam pengelolaan rantai pasok. Rantai pasokan adalah suatu sistem melalui mana suatu organisasi itu menyalurkan barang produksi dan jasanya kepada para pelanggannya. Rantai ini juga merupakan jaringan atau jejaring dari berbagai organisasi yang saling berhubungan yang

mempunyai tujuan yang sama yaitu sebaik mungkin menyelenggarakan pengadaan atau penyaluran barang tersebut (Indradjit dan Pranoto, 2012).

Ketidaksesuaian kualitas sejak proses pasca panen dapat diketahui melalui analisis kesenjangan terhadap praktik-praktik logistik yang baik. Penerapan praktik baik dalam logistic (*Good Logistic Practices*) akan menghasilkan tingkat efisiensi dan efektivitas yang tinggi dalam rantai pasok berskala besar. Praktik-praktik yang dimaksud meliputi pembangunan hubungan dan koordinasi dalam rantai, penggunaan transportasi dan infrastruktur logistik secara efisien, sistem penelusuran kembali yang akurat dan terpercaya, serta manajemen perencanaan persediaan berdasarkan data permintaan (Mittal, 2018). Fokus praktik yang perlu diprioritaskan dapat disesuaikan dengan kebutuhan (Rahayu dan Adhi, 2016).

Perhatian perlu diberikan kepada sumberdaya, kemampuan dan kebutuhan setiap pelaku usaha di sepanjang rantai pasok ketika hendak menerapkan GLP. Menilik kapasitas dan kapabilitas yang dimiliki pelaku usaha belimbing di Kota Depok yang sebagian besar merupakan pengusaha skala mikro dan kecil, penerapan standar mungkin akan mengalami kesulitan. Dalam hal ini dibutuhkan peran aktif dari pemerintah dan asosiasi untuk membuat program dan regulasi yang dapat meningkatkan kemampuan pelaku agribisnis belimbing.

Penelitian ini bertujuan untuk memastikan kesiapan rantai pasok buah belimbing di Kota Depok dalam menerapkan *Good Logistic Practices* (GLP) yang dimulai dari melakukan pemetaan kondisi rantai pasok belimbing. Kerangka analisis yang digunakan adalah *Food Supply Chain Network* dari Van der Voorst yang meliputi sasaran rantai pasok, manajemen rantai pasok, struktur rantai pasok, proses bisnis rantai pasok dan sumber daya rantai pasok.

### **Karakteristik Buah Belimbing**

*Averrhoa carambola* atau yang dikenal dengan sebutan belimbing manis adalah salah satu jenis buah tropika yang memiliki nilai komersial dan segmen tersendiri mulai dari pasar tradisional hingga pasar modern. Manfaat utama tanaman belimbing adalah sebagai makanan yang dikonsumsi dalam bentuk buah segar maupun makanan olahan. Bentuk pohonnya yang besar dan rindang menjadikan tanaman ini cocok digunakan sebagai stabilisator dalam pemeliharaan lingkungan. Belimbing manis cocok ditanam pada lahan pekarangan sempit di perkotaan atau di pemukiman perumahan sederhana di pinggiran kota seperti terdapat di sekitar Jabotabek (PPTP DKI Jakarta, 1998).

Tercatat ada kurang lebih 10 varietas belimbing manis yang ada di Indonesia dengan karakteristiknya masing-masing. Jenis belimbing yang banyak dibudidayakan di kota Depok berasal dari varietas belimbing “Dewa Baru”. Dalam rangka meningkatkan daya saing, buah belimbing harus memenuhi standar yang diterima konsumen secara luas baik pasar dalam negeri maupun pasar internasional yaitu SNI nomor 4491:2009.

### **Agribisnis Buah Belimbing**

Agribisnis adalah penjumlahan total dari seluruh kegiatan yang menyangkut manufaktur dan distribusi dari sarana produksi pertanian, kegiatan yang dilakukan usaha tani, serta penyimpanan, pengolahan dan distribusi dari produk pertanian - Davis dan Goldberg (1957) . Aspek yang perlu diperhatikan dalam subsistem hulu mencakup ragam sarana produksi yang digunakan berikut ketersediannya termasuk tanah dan penyediaan saprotan. Aspek yang diperhatikan dalam subsistem budidaya adalah tehnik budidaya yang tepat supaya menghasilkan buah berkualitas dalam jumlah maksimal, sistem kendali biaya dan pemasaran hasil budidaya.

Kegiatan ekonomi yang termasuk dalam subsistem agribisnis hilir belimbing antarlain adalah industri pengolahan makanan dan minuman berbahan dasar buah belimbing, industri farmasi dan bahan kecantikan, dan lain-lain beserta kegiatan perdagangannya. Aspek yang diperhatikan dalam pengolahan hasil adalah macam pengolahan dan ketersediaan bahan baku, sedangkan aspek yang diperhatikan dalam pemasaran adalah alur pemasaran, segmentasi pasar,

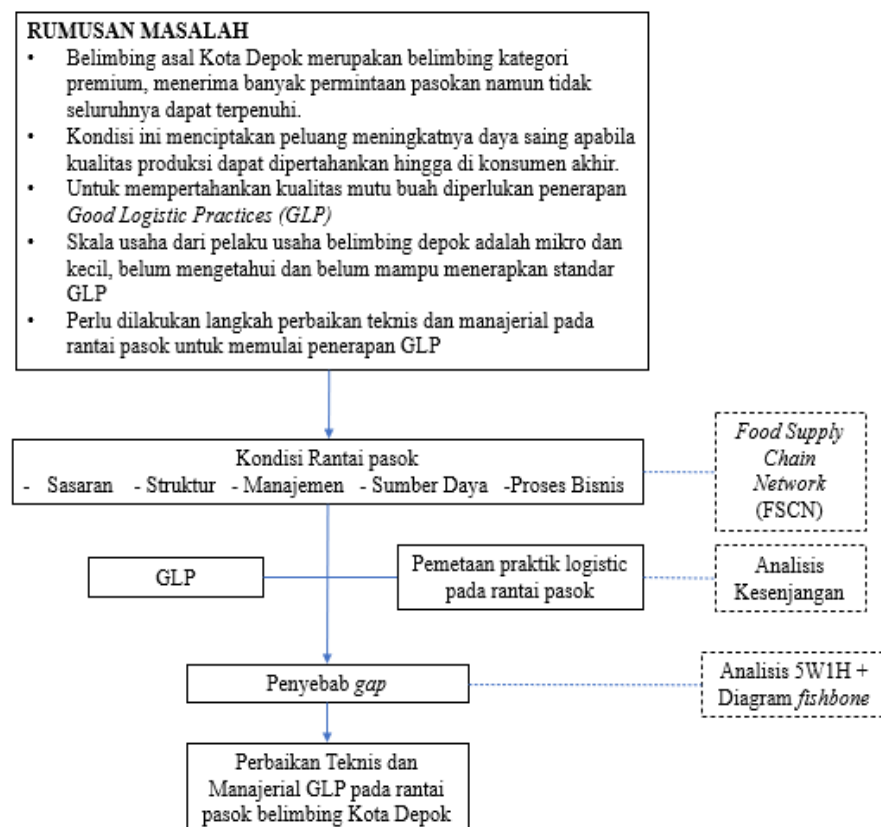
permintaan dan penawaran. Aspek yang diamati dalam kelembagaan subsistem penunjang adalah peran atau kontribusi serta jenis pembinaan yang dilakukan.

### Rantai Pasok

Istilah rantai pasok mulai mengemuka ketika tingkat kompetisi semakin tinggi terjadi pada pemasaran produk pertanian di tataran global sehingga untuk memenangkan persaingan perusahaan harus melakukan kerjasama atau koordinasi dalam jejaring yang sama. Anatan dan Ellitan (2008) menjelaskan bahwa perubahan lingkungan bisnis yang berkembang secara cepat karena adanya tuntutan konsumen yang semakin kritis menjadi salah satu latar belakang munculnya perubahan paradigma persaingan bisnis dari *single alone competition* menjadi *networked competition*. Perubahan paradigma tersebut juga menimbulkan perkembangan bentuk rantai pasok dari yang semula berbentuk linier (*linier supply chain*) menjadi berjaring (*networked supply chain*). Oleh karena itu, sebaiknya analisis rantai pasok dilakukan atau dievaluasi dalam konteks jaringan yang kompleks dari rantai pangan, dengan kata lain *Food Supply Chain Network* (FSCN) (Van der Vorst 2006).

### Kerangka Pemikiran

Penelitian ini menggunakan kerangka pemikiran sebagaimana terlihat pada Gambar 1 berikut :



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

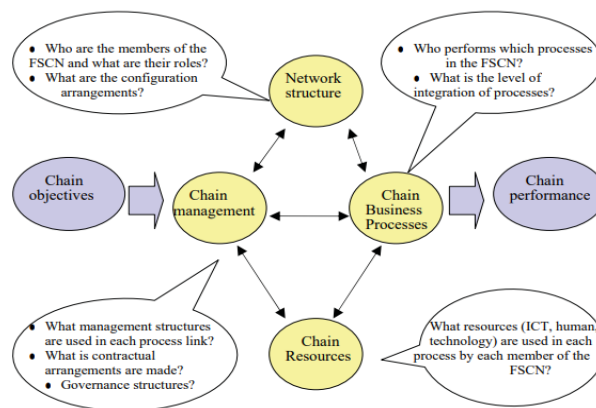
## METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan di 6 Kecamatan untuk merepresentasikan seluruh Kecamatan di Kota Depok yang memproduksi, mengolah dan menjual buah belimbing asal Kota Depok. Waktu penelitian dilakukan pada bulan Desember 2023 – April 2025. Pemilihan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja atau *purposive*, yaitu penentuan daerah sampel yang diambil secara sengaja dengan pertimbangan tertentu bahwa Kota Depok adalah sentra produksi buah belimbing terbesar di Propinsi Jawa Barat.

Jenis data yang dikumpulkan berupa data kualitatif dan kuantitatif yang bersumber dari data primer dan data sekunder. Penelitian kualitatif, menurut Bungin (2005) lebih terfokus pada representasi terhadap fenomena sosial sehingga prosedur sampling yang terpenting adalah bagaimana menentukan informasi kunci (*Key Information*) atau situasi sosial tertentu yang sarat informasi sesuai dengan fokus penelitian. Untuk memilih sampel atau informan kunci lebih tepat dilakukan secara sengaja (*Purposive*).

Informan yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari Petani belimbing sebanyak 7 orang berasal dari 3 Kecamatan di Kota Depok; Pedagang Pengumpul sebanyak 1 orang yang direferensikan oleh informan petani; Pedagang besar sebanyak 2 orang berlokasi di Pasar Induk Kramatjati; *Supplier* sebanyak 1 orang; Pedagang pengecer sebanyak 7 orang tersebar di 6 Kecamatan Kota Depok; Asosiasi Belimbing Depok sebanyak 1 orang dan Pemerintah Dinas Kota Depok sebanyak 1 orang.

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif untuk mendapatkan gambaran rantai pasok buah belimbing yang terbentuk di Kota Depok. Rantai pasok belimbing di Kota Depok akan dianalisis menggunakan kerangka proses *Food Supply Chain Network* dari Lambert dan Cooper (2000) yang dimodifikasi oleh Van der Vorst (2006). Gambar 2 berikut ini mengilustrasikan kerangka analisis rantai pasok dengan model FSCN yang terdiri dari empat unsur yang dapat digunakan untuk menggambarkan, menganalisis, dan mengembangkan sebuah rantai pasok secara spesifik.



Gambar 2. Kerangka Analisis Rantai Pasok Berdasarkan FSCN  
Sumber: Van der Vorst (2006)

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Keadaan Umum Lokasi Penelitian

Kota Depok merupakan satu kota di Propinsi Jawa Barat yang termasuk dalam kawasan Jabodetabek. Luas wilayah Kota Depok sebesar 200.29 km<sup>2</sup> terbagi dalam 11 wilayah

administrasi/kecamatan. Tingkat kepadatan penduduk Kota Depok meningkat hampir 2X lipat dalam kurun waktu 13 tahun. Hal ini berimplikasi pada menurunnya jumlah luasan lahan belimbing yang mengakibatkan terjadinya trend penurunan jumlah produksi belimbing dari 48.919 kuintal pada tahun 2013 menjadi 20.153 kuintal pada tahun 2023. Trend penurunan jumlah produksi berbanding lurus dengan penurunan jumlah pohon dari 69.258 pada tahun 2013 menjadi 6.407 batang pohon pada tahun 2020.

Pemerintah Daerah memberikan penanganan serius pada agribisnis belimbing karena belimbing ditetapkan sebagai ikon kota. Bentuk perhatian tersebut antaralain berupa pendistribusian bibit belimbing, pemberian insentif input produksi (pupuk, pestisida, pembungkus buah belimbing, pompa air), penyaluran dana modal kerja, penyusunan *Standard Operational Procedure* (SOP) dan *Good Agriculture Practice* (GAP) belimbing berikut program pembinaan dan pelatihannya, serta upaya pengembangan pasar dan pemasaran belimbing dengan mendukung dan memfasilitasi pendirian Pusat Koperasi Pemasaran Buah dan Olahan Belimbing Dewa Depok (Puskop) dan pabrik olahan belimbing.

Keseriusan Pemerintah dimulai dari tingkat perencanaan strategis daerah sebagaimana terlihat dari dicantumkannya produksi belimbing sebagai salah satu indikator pertanian 2015 – 2020. Namun keseriusan ini mulai mengendur ketika kebijakan di tahun-tahun berikutnya tidak lagi mendukung. Dokumen perencanaan daerah terakhir yaitu Peraturan Wali Kota Depok nomor 81 tahun 2023 tentang Perubahan atas Peraturan Wali Kota Depok nomor 67 tahun 2021 tentang Rencana Strategis Perangkat Daerah Kota Depok tahun 2021 – 2026, tidak lagi mencantumkan secara detail komoditas yang menjadi target Indikator Kinerja Utama.

### Sasaran Rantai Pasok

Sasaran rantai pasok merupakan tujuan yang ingin dicapai oleh seluruh anggota dalam suatu rantai pasok. Sasaran rantai pasok dapat dilihat dari dua sisi yang meliputi sasaran pasar dan sasaran pengembangan. Sasaran rantai pasok menjadi salah satu unsur penentu mengenai baik atau tidaknya kelangsungan sebuah rantai pasok.

#### a. Sasaran Pasar

Produk akhir yang dihasilkan oleh rantai pasok belimbing di Kota Depok dalam penelitian ini adalah belimbing segar yang belum diolah lebih lanjut. Terdapat dua perlakuan terhadap belimbing menurut pasarnya sebagai berikut pada Tabel 1

Tabel 1 . Sasaran Pasar Belimbing Depok

| No. | Jenis Konsumen                                                                                                     | Karakteristik Produk yang Dipasarkan                                     |
|-----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------|
| 1.  | Lokal tradisional<br>(berada di dekat sentra produksi)                                                             | Tidak dilakukan penyortiran dan pengkelasan                              |
| 2.  | Lokal non tradisional dan non lokal di Jabodetabek<br><br>Industri Pengolahan<br>(berada di dekat sentra produksi) | Dilakukan penyortiran dan pengkelasan<br><br>Hasil penyortiran produk PL |

Sumber: Hasil Observasi

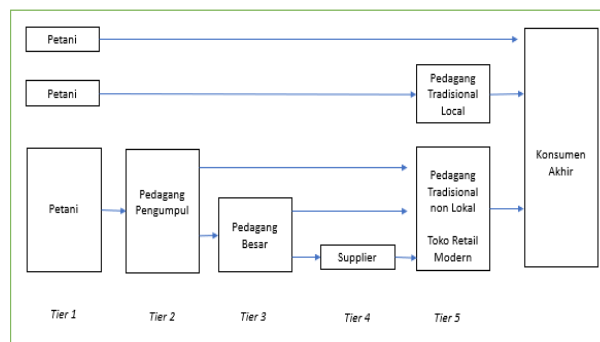
#### b. Sasaran Pengembangan

Sasaran pengembangan dalam rantai pasok merupakan tujuan yang ingin dicapai secara bersama oleh anggota rantai dengan mengembangkan suatu hal berupa penciptaan koordinasi, kolaborasi, dan penggunaan teknologi yang dapat meningkatkan kinerja rantai pasok. Relatif tidak ada institusi yang mengatur koordinasi dan kolaborasi diantara pelaku rantai pasok belimbing di Depok pasca henti operasinya Pusat Koperasi Pemasaran Belimbing pada 2010, berkurangnya intensitas program dari pemerintah dan vakumnya asosiasi pelaku usaha. Proses koordinasi dan kolaborasi terbatas pada hal-hal yang bersifat transaksional diantara para pelaku

usaha sehingga kurang memberi perhatian pada pengembangan dalam perspektif yang lebih makro seperti riset/penelitian terhadap cara mengatasi hama dan OPT, strategi meningkatkan daya saing, perbaikan teknik budidaya, pemanfaatan teknologi terkini dan sebagainya.

### Struktur Jaringan

Struktur jaringan rantai pasok belimbing di Kota Depok menggambarkan pelaku-pelaku utama yang membentuk rantai pasok berikut peran masing-masing. Struktur jaringan juga menjelaskan bentuk keterhubungan atau konfigurasinya dalam jaringan sehingga mampu menyampaikan produk hingga ke konsumen akhir. Struktur jaringan rantai pasok belimbing Depok terdiri dari lima tingkatan peran meliputi Petani Belimbing, Pedagang Pengumpul, Pedagang Besar, *Supplier* dan Pedagang Eceran sebagaimana dijelaskan dalam Gambar 3 berikut.



Gambar 3. Struktur Jaringan Rantai Pasok Belimbing di Kota Depok

Sumber: Hasil Observasi

Berikut ini adalah penjelasan mengenai setiap tingkatan pelaku usaha berikut peranannya dalam rantai pasok.

#### a. Petani Belimbing

Petani belimbing merupakan anggota pertama dalam rantai pasok belimbing di Kota Depok. Petani belimbing memiliki peran penting dalam rantai pasok belimbing segar karena kualitas, kuantitas, dan kontinuitas pasokan belimbing segar sangat ditentukan olehnya. Jumlah petani belimbing pada tahun 2023 sebanyak 642 orang, namun jumlah ini perlu diverifikasi kembali karena banyaknya kelompok tani yang tidak aktif menyebabkan sulitnya pendataan.

Petani belimbing yang ada saat ini pada umumnya merupakan generasi kedua yang mendapatkan pengetahuan budidaya belimbing dari ayah atau kakaknya. Berdasarkan hasil observasi, terdapat tiga jenis petani belimbing berdasarkan kepemilikan tanahnya yaitu (1) Petani belimbing penggarap lahan milik sendiri yang biasanya adalah lahan warisan (2) Petani belimbing penggarap lahan dengan sistem bagi hasil. Petani jenis ini biasanya adalah petani profesional yang menggarap beberapa petak lahan sekaligus dalam satu waktu. Beberapa diantaranya bahkan memiliki tenaga kerja khusus (tidak dikerjakan sendiri). (3) Petani belimbing penggarap lahan tidur. Pemilik tanah biasanya adalah orang kota yang tidak terlalu memikirkan keuntungan dari produktivitas lahan melainkan hanya berkepentingan supaya lahannya terawat dan aman tidak ada pihak lain yang mengklaim kepemilikan. Petani dapat menggarap lahan jenis ini tanpa dibebankan syarat bagi hasil, namun ada kalanya pemilik meminta sebagian keuntungan dibagikan kepada masyarakat sekitar sebagai bagian dari kepedulian sosial.

Teknik budidaya yang digunakan umumnya bervariasi antara satu petani dengan petani lainnya, misalnya dalam hal pemupukan menggunakan pupuk kandang. “Pemupukan saya lakukan kapan saja, tidak tentu waktunya, asalkan ada barangnya”, Tutur Bapak Ard, petani yang menjajakan belimbingnya langsung kepada konsumen di setiap akhir minggu. Praktik ini berbeda dengan yang dilakukan oleh Bapak Mis, petani profesional penggarap belimbing. Ia selalu memberikan pupuk kandang dan pupuk NPK setiap kali selesai panen. Demikian juga dalam hal teknik budidaya lainnya seperti penyemprotan, pemangkasan, pembungkusan dan cara pemanenan, terdapat perbedaan perlakuan antara satu petani dengan petani lainnya.

Perbedaan perlakuan diantara petani juga terjadi pada aktivitas logistik panen dan pasca panen. Adakalanya panen hingga pasca panen dilakukan oleh petani sendiri, namun adakalanya dilakukan oleh Pedagang Pengumpul. Hal ini tergantung pada sasaran pasar dan jenis rantai pasok yang akan dipilih oleh Petani, kemampuan Petani dan kesepakatan harga jual.

#### **b. Pedagang Pengumpul**

Pedagang pengumpul merupakan anggota rantai pasok yang menghubungkan antara petani dengan anggota berikutnya pada rantai pasok belimbing. Jumlah pedagang pengumpul yang berdomisili di Wilayah Kota Depok kurang lebih sebanyak tujuh orang. Namun riil yang beroperasi bisa lebih dari itu karena ada juga pedagang pengumpul dari daerah lain mengambil belimbing dari petani Depok seperti pedagang dari Pasar Minggu yang mengumpulkan belimbing dari daerah Cimanggis yang lokasinya berdekatan dengan DKI Jakarta. Satu orang pedagang pengumpul dapat menghimpun hingga 30 orang petani belimbing di Kota Depok. Pedagang Pengumpul dari Kota Depok umumnya tidak bersedia membeli belimbing dari daerah di luar Kota Depok karena kualitas belimbing akan berbeda apabila ditanam diluar lokasi Kota Depok. “Saya hanya membeli belimbing yang asli berasal dari kota Depok. Berbeda dengan jambu merah, saya masih mau ambil dari daerah lain di luar Depok”, Ungkap Bp M, Pedagang Pengumpul dari Kota Depok menjelaskan kualitas belimbing Depok yang sangat khas tidak bisa didapatkan dari daerah lain sehingga ia hanya bersedia membeli buah belimbing yang asli hasil produksi Kota Depok.

Hubungan yang dikembangkan antara pedagang pengumpul dengan petani biasanya tidak hanya bersifat transaksional, namun juga ikatan kekeluargaan berupa pemberian perhatian, pinjaman, dan tolong menolong. “Hasil panen saya jual ke Bp M, sudah 5 tahun sama dia. Sudah enak, enak aja orangnya, kayak teman, kalau kita ada kebutuhan dia mau bantu”, cerita Bp Am yang menjadi mitra dari Pengepul Bp M. Kuatnya ikatan kekeluargaan yang terjalin menciptakan loyalitas sehingga petani yang sudah biasa berhubungan dengan satu orang pedagang pengumpul akan sulit berpindah ke pedagang pengumpul yang lain.

Aktivitas yang dilakukan oleh Pedagang Pengumpul diantaranya adalah melakukan sortasi, pengkelasan, valuasi, dan transportasi. Aktivitas pemanenan dapat dilakukan oleh Petani atau Pedagang Pengumpul tergantung pada kesepakatan. Apabila panen dilakukan sendiri oleh Petani, biasanya harganya akan lebih mahal dibandingkan apabila panen dilakukan oleh Pedagang Pengumpul. Hal ini terjadi karena proses pemanenan membutuhkan sumber daya manusia untuk melakukan pemetikan buah.

#### **c. Pedagang Besar**

Pedagang Besar dalam penelitian ini adalah pedagang yang berlokasi di pasar Induk, menerima belimbing dari pedagang pengumpul untuk dijual dalam partai besar ke anggota rantai selanjutnya yaitu *supplier* dan Pedagang Eceran. Berdasarkan informasi dari Bp M, Pedagang Pengumpul yang rutin menyuplai kebutuhan belimbing di Pasar Induk Kramatjati, jumlah pedagang besar di Pasar Induk Kramatjati yang menerima belimbing Depok kurang lebih sebanyak 3 orang. Jumlah ini sangat sedikit dibandingkan pedagang lainnya yang menjual

belimbing dari daerah Jawa Timur. Namun demikian, belimbing Depok dihargai lebih tinggi jika dibandingkan dengan belimbing jenis lainnya yang dijual disana.

Pedagang besar di pasar induk menerima belimbing dari Pedagang Pengumpul di malam hari sekitar pk1 21.00 dalam bentuk keranjang ukuran 50 Kg atau peti ukuran 20 Kg. Belimbing yang disetorkan kepada Pedagang Besar merupakan hasil pemanenan yang dikumpulkan pada pagi hingga siang di hari yang sama. Pedagang besar selanjutnya menjualnya langsung tanpa melakukan pengepakan ulang kepada pembeli dengan jumlah minimal pembelian sebanyak Rp 10 Kg. Penambahan nilai yang terjadi pada Pedagang Besar adalah penyesuaian jumlah produk yang awalnya diterima dari Pedagang Pengumpul dalam jumlah besar kemudian dipecah ke dalam jumlah yang lebih kecil sesuai dengan kebutuhan konsumen.

#### **d. *Supplier***

*Supplier* merupakan pedagang yang membeli dari Pedagang Besar di pasar induk untuk kemudian menjualnya ke Toko Buah dan atau swalayan. *Supplier* yang ditemukan dalam penelitian ini memasok beberapa toko buah maupun swalayan yang berlokasi di daerah Jakarta. Aktivitas pembelian dilakukan pada pagi sekitar pukul 08.00 sekaligus untuk beberapa jenis buah yang dipesan oleh konsumen. Buah yang telah dibeli selanjutnya dikemas sesuai pesanan untuk segera diantar ke lokasi pemesan selambatnya pada pk1 12.00. Proses pengepakan dilakukan di area Pasar Induk.

Bentuk usaha *supplier* merupakan badan usaha perorangan dengan jumlah pekerja tujuh orang. Pekerja diambil dari orang yang sebelumnya sudah bekerja di bidang buah-buahan sehingga telah memiliki pengetahuan dasar. “Pekerjaan ini bukan jenis pekerjaan yang membutuhkan spesialisasi sehingga pelatihan dilakukan sambil jalan”, ungkap Bp Ikh, seorang *supplier* ketika ditanyakan perihal pelatihan.

Jumlah kendaraan yang dimiliki sebanyak 3 buah berupa kendaraan pic up bak terbuka. Kendaraan menggunakan terpal plastik untuk melindungi buah selama proses pengiriman ke lokasi pembeli. Kendaraan dalam kondisi cukup bersih ketika hendak digunakan. Kegiatan pembersihan dilakukan rutin oleh para pekerja meskipun tidak ada kebijakan dan prosedur pembersihan tertulis dari perusahaan. Penambahan nilai yang terjadi pada *Supplier* yaitu penyesuaian jumlah produk ke dalam jumlah yang lebih kecil sesuai kebutuhan Pedagang Pengecer dan penyediaan barang ke lokasi yang lebih dekat dengan konsumen.

#### **e. Pedagang Pengecer**

Pedagang pengecer adalah pedagang yang menjual belimbing langsung kepada konsumen untuk dikonsumsi atau diolah lebih lanjut menjadi produk makanan-minuman olahan. Dalam kaitannya dengan aktivitas logistik, Pedagang Pengecer merupakan pelaku usaha yang melakukan aktivitas penyimpanan produk paling lama jika dibandingkan dengan anggota rantai pasok lainnya. Umumnya Pedagang Pengecer yang berlokasi di sentra produksi melakukan penyimpanan produk antara dua hingga tiga hari sejak barang diterima hingga barang diserahkan kepada konsumen. Beberapa pedagang telah melakukan pengemasan dengan menggunakan plastik dan menggunakan alas sterofoam untuk memperpanjang umur belimbing. Upaya mempertahankan kualitas belimbing dengan cara pengaturan suhu hanya ditemukan pada Pedagang Pengecer yang merupakan pasar retail modern/swalayan dan toko buah tertentu.

Terdapat 4 jenis pedagang pengecer berdasarkan sumber pengadaannya yaitu (1) Pedagang pengecer yang mendapatkan barangnya langsung dari petani (2) Pedagang pengecer yang mendapatkan barang dari Pedagang Pengumpul (3) Pedagang pengecer yang mendapatkan barang dari pedagang besar di pasar induk (4) Pedagang pengecer yang mendapatkan barangnya dari *supplier*.

## **Manajemen**

Manajemen rantai pasok adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengawasan yang dilakukan secara bersama antar anggota rantai yang tergabung dalam rantai pasok belimbing segar di Kota Depok. Beberapa hal yang dibahas dalam manajemen rantai pasok belimbing meliputi pemilihan mitra, kesepakatan kontraktual, sistem transaksi, dukungan pemerintah, dan kolaborasi rantai pasok.

### **a. Pemilihan Mitra**

Pemilihan mitra adalah proses memilih rekan kerja yang dapat diajak bekerja bersama-sama dalam suatu usaha. Pemilihan mitra sebagai bagian dari manajemen rantai pasok merupakan hal yang krusial karena salah satu sebab keberhasilan usaha ditentukan oleh kinerja mitranya. Hubungan kemitraan, dalam konteks rantai pasok, memiliki orientasi jangka panjang yang lahir dari pendekatan relasional. Cambra dan Polo (2011) menegaskan bahwa hubungan jangka panjang membutuhkan komitmen dari pihak-pihak yang terlibat. Komitmen merupakan motivasi untuk memelihara dan memperpanjang hubungan. Semakin tinggi komitmen yang dibangun dari kepuasan dan kepercayaan maka semakin tinggi kualitas hubungan saluran antara pemasok dan penyalur.

Terdapat empat kriteria pemilihan mitra yang dipertimbangkan oleh anggota rantai pasok belimbing Depok dalam menjalin kemitraan yaitu jumlah barang, harga, sistem pembayaran yang bagus/menguntungkan, serta kemudahan koordinasi dan kepercayaan. Kriteria jumlah barang digunakan oleh petani dalam hal menentukan penyedia sarana produksi dan menentukan saluran pemasaran. Kriteria harga digunakan oleh pedagang pengumpul dalam memilih mitra penjualan dari toko retail modern. Kepercayaan kepada petani atau pedagang besar tumbuh seiring dengan lamanya interaksi antara kedua belah pihak. Ketepatan dalam memenuhi janji waktu pengambilan barang oleh pedagang pengumpul, kejujuran dalam menyampaikan kualitas barang oleh petani dan ketepatan waktu pembayaran adalah faktor-faktor yang akan menentukan tingginya tingkat kepercayaan.

### **b. Kesepakatan Kontraktual**

Kesepakatan kontraktual adalah suatu kontrak mengenai hal-hal yang telah disepakati bersama antar pihak yang melakukan kemitraan atau kerjasama baik secara formal maupun informal. Adanya kesepakatan kontraktual dapat memberi gambaran terkait tanggung jawab dan batasan-batasan yang harus dilakukan oleh pihak yang bermitra dan dapat berfungsi dalam jangka waktu panjang atau pendek sesuai kesepakatan.

Kesepakatan yang terjadi antara anggota rantai pasok belimbing Depok sebagian besar dilakukan secara lisan, tidak secara formal/tertulis kecuali kontrak yang terjadi antara pedagang pengumpul dan *supplier* dengan toko retail modern. Kontrak yang terjadi antara pedagang pengumpul atau *supplier* dengan toko retail modern lazim disebut *trade term*, umumnya mencakup kesanggupan penyediaan barang, harga jual, kualitas dan kuantitas belimbing, kondisi tertentu serta cara pembayaran. Jangka waktu dapat berbeda-beda antar toko, ada yang satu bulan dan ada pula yang satu tahun. “Tidak ada denda apabila terjadi gagal pasok, tapi di orderan berikutnya biasanya kita akan menjadi lebih sulit, kita tidak akan dikasih order lagi”, jelas Bp M, pedagang pengumpul yang memiliki akad kerjasama dengan salah satu toko retail modern.

### **c. Sistem Transaksi**

Sistem transaksi yang dilakukan antara anggota rantai pasok belimbing bermacam-macam, diantaranya sebagai berikut diurutkan berdasarkan kelancarannya:

1. Sistem cash ketika terjadi penyerahan barang. Biasa dilakukan antara pedagang pengecer dengan konsumen akhir.

2. Pembayaran 50% dimuka dan 50% sisanya ketika barang diserahkan. Terjadi pada kasus-kasus tertentu antara petani dan pedagang pengumpul ketika proses pemanenan berlangsung sehari-hari.
3. Pembayaran 1 – 3 hari setelah penyerahan barang. Banyak dilakukan antara petani-pedagang pengumpul dan antara pedagang pengumpul – pedagang besar dan pedagang pasar.
4. Pembayaran 1 bulan setelah penyerahan barang. Dilakukan antara pedagang pengumpul dan toko retail modern.

Nilai yang dibayarkan adalah jumlah yang disepakati antara pembeli dan penjual. Pada transaksi pembelian antara petani dengan pedagang pengumpul, nilai transaksi baru bisa diketahui setelah proses penimbangan yang sebelumnya didahului dengan proses sortasi dan pengkelasan oleh pedagang pengumpul. Nilai yang sudah disepakati tersebut akan dituliskan dalam bentuk nota tertulis yang akan menjadi pegangan bagi kedua belah pihak dalam proses berikutnya yaitu proses pembayaran.

Sistem yang berbeda terjadi pada transaksi antara pedagang pengumpul dengan pedagang pasar yang menjualkan buah kategori PL. Sistem yang diberlakukan adalah konsinyasi dimana pedagang pengumpul menitipkan barangnya untuk dijualkan oleh pengecer. Nilai penjualan baru diketahui beberapa hari kemudian ketika produk berhasil terjual. Rata-rata nilai penjualan produk PL sebesar 80% dari prediksi nilai awal barang yang dititipkan.

#### **d. Dukungan Pemerintah**

Belimbing mendapatkan perhatian penuh dari Pemerintah Kota Depok karena menjadi komoditas daerah unggulan. Hal ini terlihat pada dokumen Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah periode 2016 – 2021 dimana jumlah produksi belimbing menjadi salah satu indikator pertanian yang menjadi target capaian. Belimbing diperkirakan masuk ke Depok pada awal tahun 80-an dengan varietas yang beragam. Setelah ditetapkan menjadi komoditas unggulan pada tahun 1998, Dinas memberikan pengarahannya terkait penyeragaman varietas, sehingga semua petani bersama-sama menanam buah belimbing dengan varietas Dewa Baru.

Strategi intensifikasi guna meningkatkan produktivitas belimbing digunakan melalui penerapan SOP budidaya. Strategi ini dipilih karena strategi ekstensifikasi dengan memperluas lahan mustahil dilakukan mengingat posisi Kota Depok sebagai satelit ibukota Jakarta yang berkembang menjadi daerah tujuan hunian/pemukiman. Strategi lainnya yang pernah dilakukan antarlain pengembangan kawasan agrowisata belimbing, pendirian pabrik pengolahan belimbing dan fasilitas pendirian Pusat Koperasi Pemasaran. Namun seluruh usaha ini tidak berkembang dengan baik sehingga hanya mampu beroperasi tidak lebih dari dua tahun.

Bantuan dari Pemerintah Kota berupa penyediaan bibit, pupuk, plastik pembungkus dan obat penahan hama disediakan kepada para petani yang tergabung dalam Kelompok Tani. Namun tidak semua petani belimbing tergabung dalam Kelompok Tani, terutama petani penggarap yang tidak memiliki lahan sendiri. Pemerintah Kota Depok kesulitan mendata jumlah riil petani belimbing yang masih aktif sehingga menyebabkan bantuan tidak dapat dinikmati secara merata oleh seluruh petani.

Peran pengawasan dilakukan oleh Dinas Ketahanan Pangan, Pertanian dan Peternakan (DKP3) Kota Depok melalui pemberian sertifikasi kepada petani. Pada tahun 2012 tercatat ada 78 kebun yang telah teregistrasi dan tersertifikasi (Pikiran Rakyat, 2012). Sertifikasi kebun telah terbukti dapat meningkatkan harga jual belimbing di pasar modern dan meningkatkan peluang ekspor. Namun informasi terkini menyebutkan bahwa peran pengawasan tersebut semakin melemah terlihat dari banyaknya permohonan perpanjangan sertifikasi yang tidak ditindaklanjuti sehingga banyak diantaranya yang telah kadaluarsa.

#### e. Kolaborasi Rantai Pasok

Kunci bagi manajemen rantai pasokan yang efektif adalah menjadikan para pemasok sebagai “mitra” dalam strategi perusahaan untuk memenuhi pasar yang selalu berubah (Munizu, 2017). Tingginya tingkat kolaborasi, baik dengan *supplier* dan pelanggan, mengarah pada perbaikan kinerja (Makara, 2015). Setelah berakhirnya era Pusat Koperasi Pemasaran Belimbing Dewa Depok pada tahun 2009, relatif tidak ada lagi pihak yang secara intensif mengkolaborasikan pelaku rantai pasok belimbing Depok. Komunikasi yang intensif seyogyanya masih dapat dilakukan diantara petani belimbing yang tergabung dalam kelompok Tani. Namun terdapat kemunduran dalam pengelolaan kelompok tani yang ada di Kota Depok. Jika pada tahun 2012 terdapat 32 kelompok tani, tahun 2017 jumlahnya menyusut menjadi 28 kelompok, dan pada 2023 tinggal 17 kelompok saja yang masih aktif (Parboaboa.com, 2023). Banyak petani yang pesimis dengan keefektifan kelompok tani sehingga memilih untuk tidak bergabung. Kelompok tani belimbing yang pernah aktif di Kota Depok memiliki peran penting dalam pelatihan, pemecahan masalah yang dihadapi anggota, serta pemberian rekomendasi bagi petani untuk bisa mendapatkan bantuan pupuk subsidi, saprotan, dan berbagai fasilitas lainnya yang disediakan oleh pemerintah.

Asosiasi Pedagang Belimbing Depok (APEDEBE) sempat berjalan dan memfasilitasi berbagai pihak yang memiliki kepentingan dengan belimbing Depok seperti dari akademisi, pemerintah Kota maupun Pusat, dan para pelaku industri terkait. Namun pada saat ini organisasi mengalami kevakuman kegiatan seiring dengan menurunnya pamor belimbing.

Kolaborasi rantai pasok pada saat ini dikoordinasikan oleh pedagang pengumpul dalam upaya memenuhi ekspektasi konsumen. Sebagai pihak yang menerima informasi perihal ekspektasi konsumen sekaligus memiliki data petani, pedagang pengumpul dapat mengatur atau mencocokkan kedua belah pihak terkait kriteria produk yang sesuai. Kolaborasi bahkan dilakukan diantara sesama pedagang pengumpul. Misalnya jika konsumen menginginkan kondisi buah mengkal, maka pedagang pengumpul akan mencari petani atau pedagang pengumpul lainnya yang memiliki produk sesuai kriteria tersebut. Dengan demikian dapat dicapai kondisi yang optimal mendatangkan keuntungan bagi semua pihak.

#### Sumber Daya

Sumber daya dalam rantai pasok dibutuhkan untuk mendukung, mengembangkan, dan mengefisienkan seluruh aktifitas yang berlangsung dalam rantai pasok. Selain itu, sumber daya yang dimiliki oleh masing-masing anggota rantai berperan dalam pengembangan seluruh anggota rantai pasok. Sumber daya yang dibahas adalah sumber daya fisik, sumber daya teknologi, sumber daya manusia, dan sumber daya modal.

##### a. Sumber Daya Fisik

Sumber daya fisik yang digunakan oleh petani antarlain berupa cangkul, arit, plastik hitam untuk membungkus buah, steam motor untuk melakukan penyemprotan hama, gerobak untuk mengangkut pupuk kandang, ember/keranjang panen dan tikar/plastik untuk menampung hasil panen. Plastik hitam atau mulsa dapat digunakan untuk 10 periode tanam atau bahkan lebih. Plastik yang sudah sobek biasanya tetap digunakan, namun dirangkap dengan plastik lain yang kondisinya masih bagus. Sementara gerobak yang digunakan untuk mengangkut pupuk kandang diperlukan hanya satu tahun sekali sehingga tidak harus dimiliki, namun dapat saling meminjamkan antar petani.

Sumber daya fisik yang dimiliki oleh pedagang pengumpul umumnya berupa timbangan, kalkulator, keranjang buah, dan kendaraan roda empat bak terbuka. Terkadang juga disediakan sterofoam berikut plastik pembungkusnya untuk mengemas buah jika ada permintaan khusus dari konsumen toko retail buah modern. Kondisi infrastruktur jalan raya di Kota Depok

umumnya sudah bagus dan tersebar merata di seluruh pelosok sehingga memudahkan pedagang pengumpul tingkat desa untuk menjemput barang ke petani.

Sumber daya fisik yang dimiliki oleh Pedagang Besar biasanya cukup berupa timbangan karena keranjang atau kotak kayu untuk penyimpanan buah sudah didapatkan dari pedagang pengumpul. Sumber daya fisik yang dimiliki oleh *supplier* umumnya berupa timbangan dan kendaraan roda empat. Adapun sumber daya fisik yang dimiliki pedagang pengecer umumnya berupa timbangan, keranjang buah dari plastik dan sepeda motor, gerobak (untuk pedagang pengecer keliling), etalase untuk menyajikan buah yang dijual, dan kendaraan berpendingin untuk mendistribusikan barang dari *Distribution Center* ke outlet pasar modern.

#### **b. Sumber Daya Teknologi**

Teknologi yang diterapkan oleh petani belimbing di Kota Depok pada umumnya masih sederhana terbatas pada teknologi budidaya, misalnya penggunaan varietas unggul dan penyemprotan hama menggunakan *handsprayer*. Dalam menggunakan varietas unggul, beberapa petani Depok sudah menguasai teknik stek, yakni menyilangkan varietas belimbing dewi yang memiliki keunggulan ukuran buah besar dan tampilan menyegarkan namun jumlah buahnya jarang dengan varietas lain yang secara penampilan tidak sebagus varietas dewi namun jumlah buahnya lebat. Hasil penyilangan akan menghasilkan pohon belimbing yang berbuah lebat dan ukuran buahnya besar.

Kegiatan budidaya seperti penanaman, penggemburan tanah, pemupukan, dan pemanenan seluruhnya menggunakan tenaga manusia. Alih-alih menggunakan teknologi tinggi, teknologi sederhana digunakan mengingat biayanya yang murah masih mencukupi untuk menangani luasan kebun yang tidak besar. Rata-rata luasan kebun belimbing yang ditemui selama penelitian berukuran kurang dari 1000 m<sup>2</sup>. Lahan dengan luasan diatas 1000 m<sup>2</sup> masih dapat dijumpai di beberapa lokasi namun jumlahnya tidak banyak. Selain itu juga belum tersedia teknologi tinggi yang dapat membantu aktivitas seperti pemangkasan ranting, pembungkusan dan pemanenan. Aktivitas penyemprotan dapat dibantu dengan teknologi mesin sprayer otomatis, namun harganya yang relatif mahal tidak dapat dijangkau oleh semua petani.

Teknologi yang digunakan dalam hal penyimpanan masih sederhana karena hasil panen langsung dijual ke area Jabodetabek sehingga tidak membutuhkan waktu lama untuk sampai ke tangan konsumen. Belimbing yang dipasarkan melalui pedagang pengumpul disimpan menggunakan keranjang buah yang dilapisi daun pisang atau kertas koran. Pengangkutan menggunakan bak terbuka dan tidak ada penggunaan *chiling machine* selama periode penyimpanan, kecuali buah yang dipasarkan melalui toko modern. Untuk mempertahankan kualitas tampilan belimbing supaya tetap baik, beberapa pedagang pengecer mengemas buah belimbing dalam plastik bening per satuan buahnya, atau dalam wadah styrofoam yang ditutup plastik dimana setiap kemasannya berisi 2 hingga 3 buah.

#### **c. Sumber Daya Manusia**

Jumlah sumber daya manusia yang dipekerjakan oleh petani belimbing tergantung pada luasan dan jumlah pohon yang ditanam. Pengolahan 70 pohon belimbing masih dapat ditangani oleh 1 orang, namun pada saat-saat tertentu seperti saat pemangkasan, pembungkusan dan pemanenan perlu mengundang tenaga kerja tambahan dengan sistem borongan. Pekerjaan yang dilakukan mencakup penanaman, pemangkasan, pemupukan, pengendalian hama dan penyakit tanaman, pembungkusan buah serta pemanenan. Tidak ada aktifitas pengairan atau penyiraman karena umumnya mengandalkan air hujan.

Pengembangan kapasitas diperoleh petani belimbing melalui kegiatan penyuluhan yang diselenggarakan oleh Dinas KP3 Kota Depok mengenai teknik budidaya yang baik sesuai anjuran. Beberapa orang petani terpilih bahkan sempat dikirim ke Jepang untuk belajar agribisnis belimbing. Pelatihan terutama diberikan kepada petani yang sudah tergabung dalam

kelompok tani. Karena tidak semua petani tergabung dalam kelompok, maka tidak semua petani mendapatkan pelatihan budidaya belimbing yang baik. Pengetahuan cara budidaya belimbing lebih sering didapatkan dari keluarga, rekan sesama petani, atau secara otodidak.

Pelibatan SDM dalam jumlah yang lebih banyak dapat ditemui di tingkat pedagang pengumpul. Satu orang pedagang pengumpul dapat melibatkan hingga 12 orang pekerja untuk menangani aktivitas pemanenan dan pengangkutan. Tidak ada pelatihan secara khusus yang diberikan kepada para pekerja karena kemampuan yang diperlukan bersifat umum dan mudah dipelajari. Pedagang pengecer yang berada di lokasi dekat kebun umumnya bekerja sendiri memasarkan barang dagangannya dengan cara mendorong gerobak, mengendarai motor keliling, atau menunggu lapak. Pedagang jenis ini biasanya merupakan warga lokal yang lahir dan besar di lokasi kebun. Adapun pedagang pengecer buah yang memiliki toko lebih besar umumnya merupakan warga pendatang yang dapat mempekerjakan dua orang atau lebih. Pengetahuan mengenai teknik penyimpanan barang, penyajian dan pemasaran didapatkan dari mulut ke mulut atau pengalaman masing-masing.

#### **d. Sumber Daya Modal**

Sebagian besar pelaku rantai pasok belimbing menggunakan modal pribadi untuk menjalankan usahanya. Pengeluaran terbesar petani belimbing adalah untuk pembelian pupuk dan upah tenaga kerja tambahan saat melakukan aktivitas pembungkusan dan pemanenan. Untuk ukuran 50 pohon diperlukan pupuk kandang sebesar Rp 300 ribu dan pupuk NPK sebesar Rp 800 ribu selama 1 tahun. Biaya pemupukan bisa lebih besar jika menginginkan hasil panen yang lebih bagus. Aktivitas pemupukan, pemangkasan dan pengendalian hama dapat dilakukan sendiri. Namun untuk pembungkusan harus dilakukan secara cepat sehingga perlu mempekerjakan tenaga tambahan sebanyak 5 orang dalam 2 minggu dengan tingkat upah harian sebesar Rp 150 ribu per orang per hari. Biaya pembelian plastik hitam atau mulsa sebesar Rp 500.000 dapat digunakan hingga 10 periode pemanenan. Dengan demikian diperlukan modal sebesar Rp 11.600.000 untuk mengawali usaha budidaya belimbing di lahan seluas 3000 m<sup>2</sup>.

Kebutuhan pengadaan pupuk dan saprotan biasanya dapat dipenuhi oleh modal tabungan petani sendiri. Namun ketika periode pembungkusan dan membutuhkan biaya tambahan untuk mempekerjakan orang, seringkali tabungan yang ada tidak lagi mencukupi. Kebutuhan dana tambahan kemudian dipenuhi oleh pedagang pengumpul dan pengembaliannya dipotong langsung dari hasil panen. Dari sini muncul interaksi saling membutuhkan dan menguntungkan antara petani dan pedagang pengumpul dimana petani membutuhkan dana modal dan pedagang pengumpul mendapatkan kepastian pasokan belimbing.

Kebutuhan pendanaan sempat dipenuhi oleh salah satu bank BUMN pada saat Pusat Koperasi Pemasaran berdiri. Namun karena terjadi maladministrasi, pendanaan yang sempat diberikan oleh Bank kepada petani dan dijamin oleh Pusat Koperasi Pemasaran tidak dapat dikembalikan. Hingga saat ini belum ada lagi lembaga pembiayaan berupa bank yang bersedia menyalurkan pembiayaannya kepada petani belimbing.

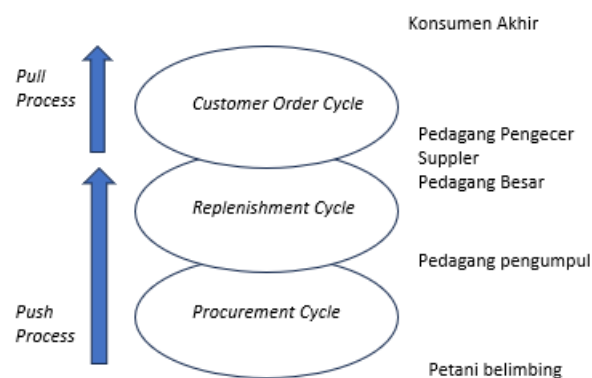
### **Proses Bisnis**

Proses bisnis rantai pasok menggambarkan seluruh proses yang terjadi di sepanjang rantai pasok belimbing Kota Depok. Proses bisnis rantai pasok dapat dikatakan baik apabila saling terintegrasi antar anggota rantai yang tergabung di dalamnya. Hal-hal yang dibahas dalam proses bisnis rantai pasok meliputi hubungan proses bisnis rantai pasok, pola distribusi, anggota rantai pendukung, aspek risiko, dan proses membangun kepercayaan (*trust building*). Adapun perencanaan dan penelitian kolaboratif serta jaminan identitas merk tidak ditemukan selama penelitian sehingga tidak turut dibahas.

#### **a. Hubungan Proses Bisnis Rantai Pasok**

Proses bisnis yang terjadi pada rantai pasok belimbing Depok ditinjau dari cara pandang siklus (*cycle view*) terdiri dari tiga siklus yaitu siklus *procurement*, *replenishment* dan *customer order*. Siklus *procurement* dilakukan oleh pedagang pengumpul tingkat desa dan pedagang pengecer dengan membeli belimbing segar dari petani belimbing sebagai pemasok utama. Siklus *replenishment* dilakukan oleh pedagang pengecer ketika dagangan yang dimilikinya habis terjual dengan melakukan pembelian ke petani. Siklus *customer order* dilakukan oleh konsumen akhir dengan melakukan pemesanan dan pembelian belimbing secara langsung ke lokasi penjualan. Adapun siklus *manufacturing* tidak terjadi karena tidak ada perubahan bentuk sejak produk dipanen oleh petani hingga dinikmati oleh konsumen.

Jumlah pesanan pada ketiga siklus yang terjadi berbeda-beda tergantung pada tingkat kedekatannya dengan konsumen akhir. Semakin mendekati konsumen akhir, jumlah pesanan semakin sedikit. Konsumen akhir memesan belimbing sesuai dengan kebutuhannya. Konsumen akhir rumah tangga rata-rata membeli satu hingga 2 kg sementara konsumen industri pengolahan rata-rata memesan 10 Kg pada setiap pemesanan. Pedagang pengecer di pasar induk membeli minimal satu peti (sekitar 10 Kg) pada pedagang besar. Adapun pembelian yang dilakukan oleh pedagang pengumpul tingkat desa umumnya meliputi hampir seluruh hasil kebun yang siap dipanen.

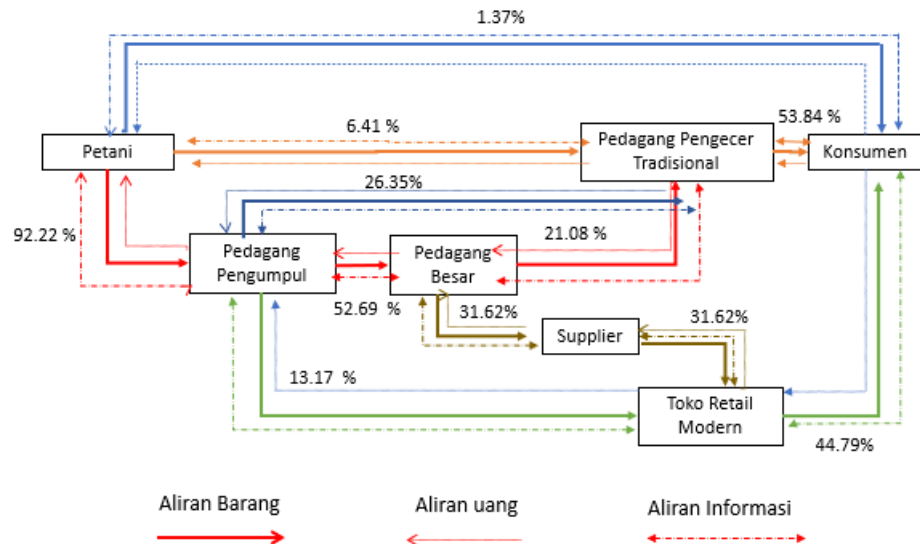


Gambar 4. Proses Bisnis Rantai Pasok Belimbing Kota Depok  
Sumber: Hasil Observasi

Proses bisnis rantai pasok belimbing Depok ketika dilihat dari sudut pandang *push or pull view* dapat meliputi keduanya. *Pull view* terjadi ketika permintaan konsumen diketahui dengan pasti. Hal ini terjadi ketika Pedagang Pengumpul melakukan pembelian kepada Petani dan *Supplier* melakukan pembelian kepada Pedagang Besar berdasarkan jumlah pesanan yang mereka terima. Adapun *Push view* terjadi ketika permintaan konsumen tidak dapat diketahui dengan pasti sehingga harus dilakukan langkah antisipasi. Hal ini terjadi pada siklus *procurement* dan *replenishment* yang dilakukan sebelum pemesanan oleh konsumen akhir terjadi, sehingga proses *push* dilakukan oleh Petani, Pedagang Besar dan Pedagang Pengecer.

#### b. Pola Distribusi

Pola distribusi pada rantai pasok belimbing segar di Kota Depok menggambarkan aliran produk, aliran finansial, dan aliran informasi yang terjadi antar anggota rantai. Hal-hal yang dibahas meliputi kelancaran ketiga aliran apakah berjalan dengan baik atau tidak, bagaimana pelaksanaannya, dan apa kendala yang dihadapi dalam setiap aliran ini. Berdasarkan hasil penelitian, pola distribusi belimbing Depok disajikan pada Gambar 5 berikut ini.



Gambar 5. Pola Distribusi Rantai Pasok Belimbing Depok  
Sumber: Hasil Observasi

Terdapat enam pola rantai pasok yang terbentuk dalam aliran uang, barang dan informasi yang menghubungkan antara petani yang berada di hulu rantai dengan konsumen yang berada di bagian hilir rantai yaitu:

- Rantai 1 : Petani – Konsumen
- Rantai 2 : Petani - Pengecer Tradisional – Konsumen
- Rantai 3 : Petani-Pengumpul - Retail Modern – Konsumen
- Rantai 4 : Petani - Pengumpul - Pedagang Besar - Pengecer Tradisional – Konsumen
- Rantai 5 : Petani - Pengumpul - Pedagang Besar – Supplier - Toko Retail Modern- Konsumen
- Rantai 6 : Petani-Pengumpul – Pengecer Tradisional – Konsumen

### b.1 Aliran Produk

Produk yang dialirkan dalam rantai pasok bermula dari belimbing segar yang dipanen oleh petani. Tidak ada perubahan fisik dari proses pengolahan buah selama perpindahan dari petani hingga ke konsumen akhir, kecuali bentuk kemasannya saja. Buah belimbing yang dihasilkan oleh Petani Depok mengalir kepada Konsumen akhir melalui 3 cara:

1. Langsung dijual oleh Petani kepada Konsumen akhir (Pola rantai 1)
  - Kuantitas yang diperdagangkan kurang lebih 1.37 % dari total hasil produksi belimbing.

- Pemanenan dilakukan pada sore hari untuk dilakukan penjualan pada hari esoknya, atau langsung diserahkan kepada konsumen jika sebelumnya telah dilakukan pemesanan.
  - Jumlah yang dipetik disesuaikan dengan prediksi penjualan.
  - Produk yang disimpan di rumah petani tidak diberikan perlakuan khusus seperti pengemasan atau penyimpanan pada suhu rendah.
  - Tidak dilakukan sortasi dan pengkelasan.
2. Dijual oleh Petani kepada pengecer lokal tradisional (Pola rantai 2)
- Kuantitas yang diperdagangkan kurang lebih 6.41 % dari total hasil produksi belimbing.
  - Pedagang Pengecer langsung melakukan pengambilan barang ke petani, namun terkadang berlaku sebaliknya dimana petani yang menyerahkan barangnya kepada pedagang pengecer.
  - Jumlah order kurang lebih 50 Kg untuk penjualan selama 2-3 hari.
  - Selama produk belum terjual, penyimpanan dilakukan di rumah Pedagang Pengecer tanpa ada perlakuan khusus penyimpanan pada suhu rendah.
  - Tidak dilakukan sortasi dan pengkelasan
3. Dijual kepada Pengumpul (Pola rantai 3,4, 5 dan 6)
- Kuantitas yang diperdagangkan kurang lebih 92.22 % dari total hasil produksi belimbing Kota Depok.
  - Setiap Petani memiliki hubungan tradisional berdasarkan asas kepercayaan dengan satu orang Pedagang pengumpul.
  - Pedagang pengumpul akan mengambil produk ke lokasi kebun setelah ada informasi dari Petani dan mencocokkannya dengan kebutuhan konsumen.
  - Kegiatan panen baru dilakukan oleh Petani setelah ada konfirmasi jadwal pengambilan dari Pedagang Pengumpul sehingga tidak ada penyimpanan hasil panen di lokasi kebun.
  - Aktivitas yang dilakukan oleh Pedagang Pengumpul adalah pemanenan (opsional), sortasi, grading, dan valuasi (penimbangan bobot), pengemasan dan transportasi.
  - Proses transportasi dari kebun petani menggunakan kendaraan berupa mobil colt bak terbuka dilakukan segera setekah proses pengemasan telah selesai dilakukan sehingga meminimalkan waktu penyimpanan di Pedagang Pengumpul. Buah yang diangkut sudah dibuka selubung plastiknya dan berada dalam keranjang buah atau dalam pengemasan lainnya sesuai pesanan pembeli.
  - Waktu penyerahan barang dari Pedagang Pengumpul ke Pedagang selanjutnya ditentukan oleh kesepakatan para pihak.
  - Penggunaan alat penyimpanan berpendingin hanya terjadi pada Pedagang retail modern.

## **b.2 Aliran Finansial**

Aliran finansial dalam rantai pasok belimbing segar di Kota Depok yaitu berupa uang pembayaran atas produk yang dijual kepada anggota rantai yang menjadi mitra. Uang pembayaran tersebut digunakan sebagai modal untuk kembali melakukan produksi sehingga membentuk sebuah siklus. Nilai belimbing semakin bertambah dari penjualan oleh petani hingga penjualan oleh pengecer kepada konsumen sebagai margin pemasaran. Gambar 6 berikut

ini menjelaskan perubahan nilai belimbing di sepanjang rantai pasok. Khusus rantai pasok 3,4, 5, dan 6 harga yang dituliskan adalah harga rata-rata untuk kelas super.



Gambar 6. Aliran Finansial Rantai Pasok Belimbing Kota Depok  
Sumber: Hasil Olah Data

Besaran nilai belimbing mengalami peningkatan signifikan sepanjang rantai pasok yakni dari yang terendah sebesar Rp 9.000 sejak penjualan di tingkat petani hingga mencapai yang tertinggi sebesar Rp 28.000 di tingkat pengecer toko retail modern. Penambahan nilai belimbing dirasakan manfaatnya oleh setiap pelaku usaha dalam rantai pasok sebagai konsekuensi dari kontribusi yang diberikan oleh masing-masing pelaku. Jumlah yang diterima berbeda-beda tergantung pada jenis kontribusi dan pola rantai pasok yang digunakan. Tabel 2 berikut ini menjelaskan perhitungan margin pemasaran yang diterima oleh setiap pelaku usaha pada masing-masing pola rantai.

Tabel 2. Perhitungan Margin Pemasaran dan *Margin Share*

| Pola Rantai                                | 1             | 2             | 3             | 4            | 5            | 6            |
|--------------------------------------------|---------------|---------------|---------------|--------------|--------------|--------------|
| Harga jual petani (Rp)                     | 15,000        | 10,000        | 9,000         | 9,000        | 9,000        | 9,000        |
| Harga beli petani (Rp)                     | -             | -             | -             | -            | -            | -            |
| <i>Margin pemasaran Petani (Rp)</i>        | <i>15,000</i> | <i>10,000</i> | <i>9,000</i>  | <i>9,000</i> | <i>9,000</i> | <i>9,000</i> |
| <i>Margin Share</i>                        | <i>100%</i>   | <i>67%</i>    | <i>32%</i>    | <i>45%</i>   | <i>45%</i>   | <i>45%</i>   |
| Harga Jual Pengecer Lokal Tradisional (Rp) |               | 15,000        |               |              |              |              |
| Harga beli Pengecer Lokal Tradisional (Rp) |               | (10,000)      |               |              |              |              |
| <i>Margin pemasaran (Rp)</i>               |               | <i>5,000</i>  |               |              |              |              |
| <i>Margin Share</i>                        |               | <i>33%</i>    |               |              |              |              |
| Harga Jual Pengumpul (Rp)                  |               |               | 18,000        | 13,000       | 13,000       | 13,000       |
| Harga beli Pengumpul (Rp)                  |               |               | (9,000)       | (9,000)      | (9,000)      | (9,000)      |
| <i>Margin pemasaran Rp)</i>                |               |               | <i>9,000</i>  | <i>4,000</i> | <i>4,000</i> | <i>4,000</i> |
| <i>Margin Share</i>                        |               |               | <i>32%</i>    | <i>20%</i>   | <i>20%</i>   | <i>20%</i>   |
| Harga jual Retail Modern (Rp)              |               |               | 28,000        |              |              |              |
| Harga beli Retail Modern (Rp)              |               |               | (18,000)      |              |              |              |
| <i>Margin Pemasaran (Rp)</i>               |               |               | <i>10,000</i> |              |              |              |
| <i>Margin Share</i>                        |               |               | <i>36%</i>    |              |              |              |
| Harga jual Pedagang Besar (Rp)             |               |               |               | 15,000       | 15,000       |              |

| Pola Rantai                          | 1             | 2             | 3             | 4             | 5             | 6             |
|--------------------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Harga beli Pedagang Besar (Rp)       |               |               |               | (13,000)      | (13,000)      |               |
| <i>Margin Pemasaran (Rp)</i>         |               |               |               | <i>2,000</i>  | <i>2,000</i>  |               |
| <i>Margin Share</i>                  |               |               |               | <i>10%</i>    | <i>10%</i>    |               |
| Harga jual <i>Supplier</i> (Rp)      |               |               |               |               | 17,000        |               |
| Harga beli <i>Supplier</i> (Rp)      |               |               |               |               | (15,000)      |               |
| <i>Margin Pemasaran (Rp)</i>         |               |               |               |               | <i>2,000</i>  |               |
| <i>Margin Share</i>                  |               |               |               |               | <i>10%</i>    |               |
| Harga jual Pengecer Tradisional (Rp) |               |               |               | 20,000        | 20,000        | 20,000        |
| Harga beli Pengecer Tradisional (Rp) |               |               |               | (15,000)      | (17,000)      | (13,000)      |
| <i>Margin Pemasaran (Rp)</i>         |               |               |               | <i>5,000</i>  | <i>3,000</i>  | <i>7,000</i>  |
| <i>Margin Share</i>                  |               |               |               | <i>25%</i>    | <i>15%</i>    | <i>35%</i>    |
| <b>TOTAL MARGIN (Rp)</b>             | <b>15,000</b> | <b>15,000</b> | <b>28,000</b> | <b>20,000</b> | <b>20,000</b> | <b>20,000</b> |

Sumber: Analisa Hasil Observasi

Nilai total margin pemasaran yang terbesar terdapat pada pola rantai nomor tiga yaitu sebesar Rp 28.000. Margin pemasaran pada pola rantai ini relatif terdistribusi secara merata pada tiga pelaku usaha yaitu Petani dan Pedagang Pengumpul masing-masing sebesar 32% sementara Toko Retail Modern mendapat 36%. Pola rantai pasok nomor 3 adalah yang paling menguntungkan bagi Pedagang Pengumpul dibandingkan pola rantai lainnya karena pada pola rantai ini margin keuntungan yang didapatkan lebih besar yakni sebesar Rp 9.000 per Kg.

Jumlah margin pemasaran per Kg yang diterima petani tidak berbeda apakah produk dijual melalui toko retail modern (Pola rantai 3) ataupun melalui toko retail tradisional (Pola rantai 4, 5 dan 6). Namun apabila dilihat secara total, margin yang didapatkan Petani akan lebih besar apabila produk dijual melalui toko retail tradisional (pola rantai 4, 5 dan 6). Hal ini disebabkan karena indeks kematangan pada pola ini lebih tinggi dibandingkan pola 3 dimana kandungan air pada belimbing lebih banyak sehingga total buah yang dijual menjadi lebih berat. Margin pemasaran dan sekaligus *market share* yang paling besar didapatkan petani pada pola rantai satu. Namun pasar lokal tradisional yang menjadi konsumen akhir pada pola rantai satu hanya membutuhkan pasokan dalam jumlah sangat kecil sehingga tidak mampu menyerap ketika panen dilakukan serentak.

### b.3 Aliran Informasi

Aliran informasi merupakan komponen penting untuk mendukung aliran produk dan finansial. Informasi yang disampaikan melalui proses komunikasi dilakukan untuk menjaga kepercayaan diantara setiap anggota rantai pasok. Keberadaan informasi yang transparan dapat menghindari konflik dan mempermudah jalannya usaha baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Informasi yang dialirkan antar anggota rantai pasok berupa informasi harga, kualitas, dan sebagainya. Berbeda dengan aliran produk dan aliran finansial, aliran informasi mengalir secara timbal balik dari petani belimbing hingga ke konsumen akhir dan begitu pula sebaliknya.

Informasi yang dialirkan petani kepada pedagang pengumpul antarlain perkiraan jumlah belimbing yang siap panen, gambar kondisi buah dan penawaran harga. Sebaliknya informasi yang diterima Petani belimbing dari Pedagang Pengumpul antarlain kepastian waktu pengambilan barang, kesepakatan harga dan jenis biaya yang akan ditanggung oleh masing-masing pihak. Informasi yang disampaikan oleh pedagang pengecer kepada pembeli antarlain adalah harga dan ketersediaan jumlah barang yang dapat dibeli. Informasi perihal daerah asal belimbing jarang diberikan oleh penjual, kecuali jika konsumen menanyakannya.

Informasi pasokan berasal dari Petani mengalir kepada Pedagang Pengumpul. Petani belimbing yang akan panen dalam 1 minggu kedepan akan menghubungi Pedagang Pengumpul yang sudah dikenalnya untuk menginformasikan ketersediaan barang, perkiraan jumlah, dan penawaran harga. Sebelum menawarkan harga, petani akan melakukan penelitian kecil-kecilan tentang harga pada saat itu kepada petani lainnya. Informasi pasokan dan harga yang dibutuhkan oleh pedagang pengecer biasanya didapatkan dari sesama pedagang pengecer, atau langsung dari petani jika sudah menjadi langganan. Informasi harga yang didapatkan merupakan harga pasar yang berlaku umum sehingga jarang sekali terjadi tawar-menawar antara petani dan pedagang pengecer.

#### c. Anggota Rantai Pendukung

Anggota rantai pendukung adalah pihak-pihak yang memperlancar aktifitas dan aliran yang terjadi di sepanjang rantai pasok belimbing di Kota Depok baik berupa aliran produk, finansial, maupun informasi. Berikut adalah beberapa pihak yang menjadi pendukung berikut perannya dalam rantai pasok:

Tabel 3. Anggota Pendukung Rantai Pasok Belimbing berikut Peranannya

| No. | Institusi                    | Peranan                                                                  |
|-----|------------------------------|--------------------------------------------------------------------------|
| 1.  | Toko Saprota                 | Penyediaan saprota                                                       |
| 2.  | Toko Bangunan                | Penyediaan sarana prasarana seperti cangkul, arit                        |
| 3.  | Pemerintah Kota Depok – DKP3 | Penyediaan bibit bersertifikat, subsidi pupuk dan saprodi, pelatihan     |
| 4.  | Bank                         | Pencairan giro dari toko retail                                          |
| 5.  | Pengelola paasar             | Penyediaan lokasi pertemuan antara pedagang pengumpul dan pedagang besar |

Sumber: Hasil Observasi

#### d. Aspek Risiko

Risiko yang dihadapi oleh setiap anggota rantai pasok belimbing berbeda satu sama lain. Risiko yang dihadapi petani belimbing adalah risiko produksi berupa gagal panen yang dapat disebabkan oleh beberapa faktor seperti cuaca dan hama penyakit tanaman seperti lalat buah, ulat dan kutu. Mutasi dan resistensi OPT yang semakin sering dialami akhir-akhir ini menyulitkan penanganan dan meningkatkan risiko gagal panen. "Pada kasus tertentu bahkan tingkat kegagalan panen mencapai 80%", ungkap Bp Nanang, Ketua APEBEDE. Adapun risiko harga jarang dihadapi oleh petani karena harga belimbing cenderung konstan selama 5 tahun terakhir.

Risiko yang dihadapi oleh pedagang pengumpul adalah risiko transportasi dan risiko kelangkaan barang. Transportasi menjadi kondisi yang harus dipertimbangkan oleh pedagang pengumpul karena apabila selama proses pengangkutan dari kebun menuju kendaraan pengangkut dan dari kendaraan pengangkut ke lokasi pedagang besar terlalu lama, terkena air hujan atau terkena panas yang terik, dan mengalami gesekan maka kualitas buah akan menurun. Kualitas yang menurun tentu akan mempengaruhi harga jual sehingga pedagang pengumpul tingkat desa juga menanggung risiko harga. Adapun risiko kelangkaan barang dihadapi oleh pedagang pengumpul karena sudah ada komitmen tertulis dengan toko retail modern. Apabila pedagang pengumpul gagal menyediakan barang sesuai syarat yang berlaku, maka kerjasama selanjutnya akan dipersulit.

Risiko yang pedagang pengecer hadapi yaitu risiko penyimpanan dan risiko harga. Risiko penyimpanan terjadi apabila belimbing terlalu lama disimpan di lokasi penjualan yang terpapar matahari dalam kondisi terbuka atau ketika disimpan di rumah yang tidak berpendingin sehingga belimbing lebih cepat layu sehingga berubah warna menjadi kehitaman. Penataan yang sembarangan baik ketika penyajian maupun penyimpanan juga berpotensi merusak

penampakan buah. Bagian yang paling mudah mengalami kerusakan adalah di bagian sudut buah atau sirip yang menonjol. Kenampakan buah yang layu, menghitam dan rusak akan mempengaruhi kualitas dan pada akhirnya menurunkan harga jual.

**e. Proses Membangun Kepercayaan (*Trust Building*)**

Proses membangun kepercayaan di antara seluruh anggota rantai pasok belimbing di Kota Depok terjadi karena adanya hubungan kerjasama yang selama ini dijalankan. Kerjasama yang terjadi di sepanjang rantai pasok tidak terikat dalam kontrak secara formal melainkan hanya mengandalkan kontrak secara informal melalui lisan, kecuali kerjasama antara pedagang pengumpul dan *supplier* dengan toko retail modern. Walaupun demikian, rasa kepercayaan antar anggota rantai pasok mulai dari petani hingga pedagang pengecer tetap dapat terjalin karena adanya perlakuan kekeluargaan yang terus dijaga. Selain itu proses membangun kepercayaan antar anggota rantai pasok juga terjadi karena adanya aliran informasi yang saling terbuka dan komunikasi rutin yang terjadi dalam melaksanakan aktifitas pemasaran demi mencapai tujuan yaitu memberi kepuasan kepada konsumen akhir.

## KESIMPULAN

Terdapat 6 pola rantai pasok yang terbentuk dalam upaya menyampaikan belimbing asal Kota Depok kepada konsumen. Pola rantai pasok 1 paling menguntungkan petani, namun hanya mampu menyerap 1,37% dari total jumlah belimbing yang diproduksi di Kota Depok. Penyortiran dan pengkelasan produk tidak dilakukan pada pola rantai pasok 1 maupun rantai pasok 2. Rantai pasok 3, 4, 5 dan 6 adalah rantai pasok yang melibatkan Pedagang Pengumpul. Pasar yang dilayani rantai pasok ini berada di luar sentra produksi, namun masih berada di area Jabodetabek. Jumlah pasokan yang dapat disuplai oleh ketiga rantai ini sebanyak 92.22 % dari total produksi.

Nilai total margin pemasaran yang terbesar terdapat pada pola rantai nomor 3 yaitu sebesar Rp 28.000. Margin pemasaran pada pola rantai ini relatif terdistribusi secara merata pada 3 pelaku usaha yaitu Petani dan Pedagang Pengumpul masing-masing sebesar 32% sementara Toko Retail Modern mendapat 36%.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anatan L, Ellitan L. 2008. *Supply Chain Management, Teori dan Aplikasi*. Bandung (ID): Penerbit Alfabeta.
- Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian Instalasi Penelitian dan Pengkajian Teknologi Pertanian DKI Jakarta 1998/1999. 1998. *Budidaya Belimbing Manis Secara Agribisnis di DKI Jakarta*.
- Bungin, Burhan. 2007. *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Cambra JJ, Polo Y. 2011. *Post-satisfaction factors affecting the long-term orientation of supply relationships*. *Journal of Business & Industrial Marketing* 26(6): 395–405. <https://doi.org/10.1108/08858621111156395>.

- Davis, John H and Ray A Goldberg. 1957. *A Concept of Agribusiness*. Division of Research. Graduate School of Business Administration. Harvard University, Boston.
- Fizzanty, Trina dan Kusnandar. 2012. *Pengelolaan Logistik dalam Rantai Pasok Produk Pangan Segar di Indonesia*. Didasarkan pada makalah yang berjudul ‘Performance of Horticultural Supply Chain and Key SCM Principles’ yang dipresentasikan pada International Logistics Seminar and Workshop 2012 pada 8-9 Mei 2012 di Jakarta, Kerjasama LIPI-ITB-Uni Duisburg Essen Kedutaan Besar RI di Berlin-Jerman, dan Kementrian Perdagangan RI.
- Indradjit, RE dan R Djokopranoto. 2012. “*Konsep Manajemen Supply Chain: Strategi Mengelola Manajemen Rantai Pasokan bagi Perusahaan Modern di Indonesia*” <https://adoc.pub/supply-chain-konsep-manajemen-strategi-mengelola-manajemen-r.html>, diakses pada 2 Desember 2023.
- Makara. 2015. *Effects of supplier manufacturer relationships on supply chain performance of manufacturing industries in Indonesia*. Journal of Technology 19(2): 51–58.
- Mittal, Anuj , Caroline C. Krejci, and Teri J. Craven. 2018. *Logistics Best Practices for Regional Food Systems: A Review*. Sustainability 2018, 10, 168; doi:10.3390/su10010168
- Munizu, Musran. 2017. *Pengaruh Kepercayaan, Komitmen dan Teknologi Informasi terhadap Kinerja Rantai Pasokan (Studi Kasus IKM Pengolah Buah Markisa di Kota Makassar)*, Jurnal Manajemen & Agribisnis, Vol. 14 No. 1, Maret 2017
- Parboaboa.com. 2023. *Ironi Belimbing sebagai Ikon Kota Depok yang Tergilas Pembangunan*. <https://parboaboa.com/ironi-belimbing-sebagai-ikon-kotadepok>. 04-09-2023. Diakses pada 16 Agustus 2023 pkl 08.40.
- Pikiran Rakyat. 2012. *90 Persen Petani Belimbing di Depok tidak Bisa Lakukan Ekspor*. 25 Maret 2012. Diunduh pada 12 April 2025.
- Prihatman, Kemal. 2010. *Belimbing*. Diakses dari <https://distan.jogjaprovo.go.id/wp-content/download/buah/belimbing.pdf> pada 5 Agustus 2023 pk 10.03
- Rahayu, Winiati Pudji dan Wibisono Adhi. 2016. *Penerapan Good Logistic Practices untuk Program Perikanan*. Jurnal Manajemen Transportasi & Logistik (JMTranslog) - Vol. 03 No. 2, Juli 2016.
- Sumiasih, Inanpi Hidayati, Linda Octaviani, Dessy Indah Lestari, dan Endah Ratna Yunita. 2016. *Studi Perubahan Kualitas Pascapanen Buah Belimbing dengan Beberapa Pengemasan dan Suhu Simpan*. Agrin Vol. 20, No. 2, Oktober 2016
- Timmermans, T. 2006, *Fresh Logistics: New Opportunities with Integral Approach*. Agrotechnology and Food Sciences Group, Wageningen.

Van der Vorst JGAJ. 2006. *Performance Measurement in Agri-Food Supply Chain Networks*.  
Di dalam: Ondersteijn CJM, Wijnands JHM, Huirne RBM, Van Kooten O, editor.  
Quantifying The Agri-food Supply Chain. Netherland (NL): Springer.