



Analisis Strategi Rantai Pasok dan Risiko untuk Menjaga Kestabilan Pengadaan Barang dan Jasa di Mixue

Nisa Luthfiah Azzahra

nisa10121754@digitechuniversity.ac.id

Digitech University (Universitas Teknologi Digital)

Aghas Pradana Muttaqien

aghas10121798@digitechuniversity.ac.id

Digitech University (Universitas Teknologi Digital)

Azhar Berliana Putra Santosa

azhar10121797@digitechuniversity.ac.id

Digitech University (Universitas Teknologi Digital)

Sigit Djalu Purwoko

sigitdjalup@gmail.com

Digitech University (Universitas Teknologi Digital)

***Abstract.** Mixue is a company that uses supply chain management as the main concept in procuring goods and services. The quality and quantity of these procurements have direct implications on operational efficiency, company reputation, and customer satisfaction. The development of the mixue company can be said to be quite rapid, this is supported by mixue which uses a franchise business concept which has a rapid growth impact which allows mixue to reach buyers widely. The aim of this research is to find out the extent of the supply chain strategy implemented by the mixue company and to find out the extent of the risks borne to maintain the procurement of goods and services in this company. The research method used in this writing is a qualitative method. The data taken in this research is secondary data in the form of the results of literature and literature studies carried out by the author. Supply Chain Management (SCM) plays a key role in Mixue's success. With efficient SCM, Mixue can keep transportation costs to a minimum and production quality maintained.*

***Keywords:** Brand, Goods, Mixue, Provision, Supply Chain, Strategy*

Abstrak. Mixue merupakan salah satu perusahaan yang menggunakan manajemen rantai pasok sebagai konsep utama dalam pengadaan barang dan jasa. Kualitas dan kuantitas dari pengadaan ini memiliki implikasi langsung pada efisiensi operasional, reputasi perusahaan, dan kepuasan pelanggan. Perkembangan perusahaan mixue dibidang cukuplah pesat hal ini didukung dengan mixue yang menggunakan konsep bisnis franchise yang memiliki dampak pertumbuhan yang pesat yang dapat memungkinkan mixue dapat menjangkau pembeli secara luas. Tujuan penelitian untuk mengetahui sejauh mana strategi rantai pasok yang diterapkan oleh perusahaan mixue serta untuk mengetahui sejauh mana risiko yang ditanggung untuk mempertahankan pengadaan barang dan jasa. Metode penelitian yang digunakan dalam penulisan ini adalah metode kualitatif. Data yang diambil dalam penelitian ini adalah data yang bersifat sekunder yang berupa hasil studi literatur dan kepustakaan yang telah dilakukan oleh penulis.

Kata kunci: Barang, Brand, Mixue, Penyediaan, Rantai Pasok, Strategi

LATAR BELAKANG

Dalam konteks globalisasi dan ketatnya persaingan bisnis, manajemen rantai pasok telah menjadi elemen kunci untuk memastikan kesuksesan operasional suatu perusahaan. Mixue, merupakan salah satu perusahaan yang menggunakan manajemen rantai pasok sebagai konsep

utama didalam pengadaan barang dan jasa. Kualitas dan kuantitas dari pengadaan ini memiliki implikasi langsung pada efisiensi operasional, reputasi perusahaan, dan kepuasan pelanggan. Mixue sendiri merupakan suatu perusahaan yang berfokus pada penjualan es krim dan minuman teh yang berasal dari Henan, Tiongkok. Perusahaan ini telah berdiri sejak bulan juni tahun 1997 di bawah naungan PT. Zhiseng Pacific Trading. Selain itu mixue tidak hanya hadir di Tiongkok saja. Namun telah merambah hingga ke beberapa negara salah satunya ialah Indonesia. Di tahun 2020 mixue sendiri pertama kali hadir di Indonesia untuk memperluas jangkauannya. Gerai pertamanya berlokasi di Cihampelas Walk yang berada di Kota Bandung. Dan sejak saat itu mixue telah memiliki gerai yang telah tersebar hingga ke seluruh pelosok Indonesia. Menurut riset yang telah dilakukan oleh momentum works, mixue merupakan salah satu perusahaan yang telah memiliki 21.582 gerai waralaba (*franchise*) yang telah tersebar di berbagai negara di tahun 2021. Banyaknya gerai yang tersebar menjadikan mixue sebagai perusahaan makanan dan minuman dengan gerai terbanyak ke-5 di dunia mengalahkan burger king dan domino's Pizza (Rosmayanti, 2023).

Perkembangan perusahaan mixue dibidang cukuplah pesat hal ini didukung dengan mixue yang menggunakan konsep bisnis franchise yang memiliki dampak pertumbuhan yang pesat yang dapat memungkinkan mixue dapat menjangkau pembeli secara luas (Aprilia, Ramadhani, Labibah, & Prawira, 2023). Dengan adanya SCM didalam operasi manajemen Mixue menjadikan konsep ini sebagai tiang atau kunci utama dalam operasi jalannya bisnis mixue. SCM ini bertugas untuk menjaga ketersediaan bahan baku yang ada digudang secara berkala dan berkelanjutan maka dengan hal ini SCM dapat mempertipis risiko mixue terhadap gangguan produksi nantinya serta dapat memperkuat penggunaan sumber daya yang ada. Oleh karena itu mixue pastinya memiliki strategi yang mendasari akan kegiatan perekonomian mereka. Maka di dalam penelitian ini penulis akan mengkaji sejauh mana strategi di dalam alur rantai pasok pada bisnis Mixue. Lalu apa saja risiko yang dihadapi mixue terhadap penjagaan penstabilitas pengadaan barang dan jasa mereka.

Penulis berharap setelah pembaca memahami tulisan ini mereka dapat mengetahui sejauh mana strategi rantai pasok yang diterapkan oleh perusahaan mixue serta untuk mengetahui sejauh mana risiko yang ditanggung untuk mempertahankan pengadaan barang dan jasa di perusahaan ini. Dengan begitu, peneliti dapat menentukan tingkat efektivitas rantai pasok yang berjalan di perusahaan Mixue dengan cermat sesuai alur rantai pasok Mixue dari hulu ke hilir, termasuk pemilihan pemasok, produksi, distribusi, dan akhirnya sampai ke konsumen akhir. Dengan begitu pengukuran dapat teridentifikasi dengan jelas sejauh mana strategi rantai pasok Mixue efektif dalam mengelola pasokan bahan baku, produksi, dan distribusi produk ke pasar.

Penelitian ini dibatasi oleh kerangka waktu tertentu dan fokus pada rantai pasok perusahaan Mixue tanpa mempertimbangkan rantai pasok industri makanan dan minuman pada umumnya. Keterbatasan akses terhadap data tertentu atau informasi rahasia perusahaan dapat mempengaruhi kedalaman analisis. Semua aspek SCM seperti manajemen persediaan, manajemen distribusi, dan teknologi yang digunakan dalam operasi SCM dalam hal ini masih dikumpulkan dengan data yang tersebar. Faktor eksternal seperti kondisi pasar global atau perubahan kebijakan pemerintah yang dapat mempengaruhi rantai pasok tidak dapat sepenuhnya diprediksi atau dikendalikan.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penulisan ini adalah metode kualitatif. Menurut (Firmansyah & Masrun, 2021). Metode kualitatif ialah sebuah metode penelitian yang berdasar pada konsep dari makna, definisi, karakteristik, metafora, simbol dan hal lain yang terikat pada

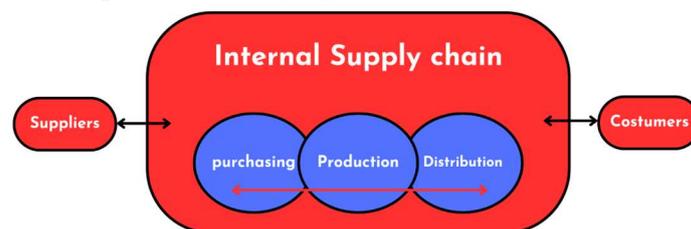
penelitian yang dikaji. Pendekatan kualitatif memberikan studi pemaknaan yang dimana informan dari penelitian ini tidak sebanyak dengan penelitian yang menggunakan metode kuantitatif. Data yang diambil dalam penelitian ini adalah data yang bersifat sekunder yang berupa hasil studi literatur dan kepustakaan yang telah dilakukan oleh penulis. Objek penelitian ini adalah rantai pasok perusahaan Mixue, dengan fokus pada strategi pengadaan barang dan jasa, serta risiko yang terkait. Rantai pasok ini melibatkan seluruh proses mulai dari pemasok bahan baku hingga produk yang sampai di tangan konsumen. Tahapan dari metode ini dimulai dengan melakukan identifikasi masalah atau pertanyaan penelitian yang akan dijawab. Dengan pendekatan kualitatif, peneliti merancang kerangka kerja penelitian dan mengumpulkan data melalui sumber-sumber yang relevan, seperti studi literatur dan analisis dokumen. Hasil akhir dari metode akan terinterpretasi hasil analisisnya untuk menarik kesimpulan dan implikasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peran Supply Chain Management (SCM) Bagi Mixue

Mixue ialah merupakan sebuah perusahaan es krim dan minuman teh yang berdiri sejak tahun 1997 di Henan Tiongkok. Perusahaan ini didirikan oleh Zhang Bersaudara yang berada dibawah naungan PT. Zhiseng Pacific Trading. Mixue telah merebak hingga ke beberapa negara setidaknya 12 negara lainnya di Asia Pasifik. Agresifnya perkembangan Mixue menjadikan Mixue sebagai salah satu perusahaan yang memiliki gerai terbanyak ke-5 di dunia. Hal ini dapat terjadi karena Mixue mempromosikan produk yang dijualnya dengan harga yang cukup mudah dijangkau oleh masyarakat. Apalagi dengan produk yang cukup baik menjadikan masyarakat kian memiliki minat tersendiri akan produk Mixue. Awalnya Mixue merupakan sebuah gerai es serut yang didirikan oleh Zhang Hongchao dan sempat tutup dikarenakan usaha tersebut mengalami banyak kendala. Namun ditahun 1999 Zhang Hongchao kembali membuka gerainya yang diberi nama *Mixue Bīngchéng* (Hanzi: 蜜雪冰城) yang bermakna "istana es yang dibangun dengan salju yang manis".

Supply Chain Management (SCM), pertama kali dikenalkan oleh Oliver dan Weber ditahun 1982. Konsep tersebut mendapatkan perhatian yang teramat luar biasa di seluruh dunia baik di dalam dunia akademis maupun industri (Yalcin, Shi, & Rahman, 2020). Sejak itu, para praktisi dan akademisi telah berusaha mencari berbagai metode untuk meningkatkan dan mengelola rantai pasokan. Hal ini dilakukan untuk menyelesaikan berbagai masalah dan tantangan kompleks yang dihadapi oleh industri dan perekonomian yang modern dan dinamis.



Gambar Internal Supply Chain Mixue

Dari gambar diatas dapat dijelaskan jika internal supply chain merupakan sebuah konsep dimana suppliers sebagai pemasok bahan mentah mengirimkan bahan mereka yang kemudian dimasukkan Gudang dan kemudian akan diproses dengan sedemikian rupa hingga tersampaikan ke pembeli. Proses dari perencanaan Internal Supply Chain memiliki ikatan terhadap SCM. Karena SCM sendirilah yang mengatur proses dan rekonstruksi bagaimana Internal Supply Chain dapat berjalan.

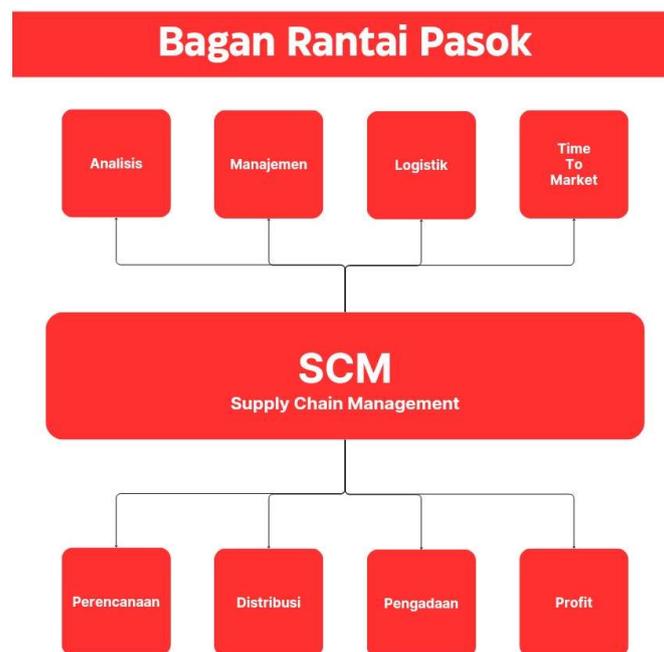
Supply Chain Management (SCM) sendiri memiliki peran didalam mengawasi dan melaksanakan seluruh aktivitas dari Supply Chain. Di dalam hal ini SCM menghubungkan segala aspek dalam perusahaan menjadi satu kesatuan. SCM juga berperan untuk perusahaan dapat mengidentifikasi adanya risiko yang akan terjadi jika perusahaan mengambil suatu Tindakan (Permana, 2023). Hal ini menjadikan SCM dapat menjadikan perusahaan selangkah lebih depan dalam mengelola segala aspek yang berada didalam perusahaan. Selain itu SCM memegang peran kunci dalam kesuksesan Mixue. Dengan SCM yang efisien, Mixue dapat menjaga ongkos transportasi seminimal mungkin dan kualitas produksi terjaga. Beberapa elemen penting dari SCM Mixue termasuk kemampuan untuk mendapatkan bahan baku dengan harga yang terjangkau, memproduksi bahan baku sendiri, dan memiliki fasilitas produksi yang mumpuni. Selain itu, penerapan SCM juga memungkinkan Mixue untuk mempertahankan harga jual produk yang terjangkau dan sulit ditandingi oleh kompetitor. Dengan demikian, SCM berperan penting dalam memastikan rantai pasok yang kuat, harga jual produk yang terjangkau, dan kesuksesan bisnis Mixue.

Strategi Rantai Pasok Mixue

Strategi perusahaan yang baik merupakan kunci untuk meningkatkan daya saing sebuah perusahaan. Untuk mencapai hal ini, perusahaan perlu bersaing secara aktif dengan mencari solusi-solusi inovatif. Salah satu aspek yang penting dalam upaya meningkatkan daya saing dan kesuksesan perusahaan adalah manajemen rantai pasok (Supply Chain Management - SCM). Dengan mengelola SCM secara efektif, perusahaan dapat memperoleh keunggulan kompetitif dan meningkatkan mutu konstruksi. Oleh karena itu, perusahaan perlu mencari cara-cara baru untuk bersaing dan meningkatkan efektivitas dalam mengelola rantai pasok guna mencapai keberhasilan yang lebih besar.

Rantai pasok atau *Supply Chain* ialah sebuah konsep yang berpedoman kepada proses bagaimana bisnis itu berjalan dari awal hingga akhir secara tepat dalam hal waktu maupun jumlah yang bertujuan untuk kepuasan pelanggan tanpa mengesampingkan keuntungan bisnis (Goni, Palendeng, & Pondaag, 2022). Berikut beberapa strategi rantai pasok mixue. Jadi strategi rantai pasok ialah sebuah perencanaan aktivitas yang mendorong sebuah perusahaan dapat berjalan dengan baik mulai awal hingga akhir sehingga dapat memuaskan pelanggan tanpa mengabaikan keuntungan perusahaan.

Sebagai sebuah perusahaan mixue tentunya memiliki strategi tersendiri didalam pengoprasian manajemen perusahaan. Dengan konsep rantai pasok mixue dapat menjadi perusahaan yang memiliki manajemen baik dan tersusun sistematis sehingga dapat menjadikan mixue sebagai sebuah perusahaan yang baik dan berhasil mencapai keuntungan sebanyak banyaknya. Berikut adalah bagan sederhana rantai pasok didalam suatu perusahaan:



Gambar Strategi Rantai Pasok Supply Chain Mixue

Dari gambar diatas dijelaskan jika rantai pasok yang umum dipakai sebuah perusahaan meliputi SCM (Supply Chain Management) yang mengatur beberapa aspek diantaranya perencanaan, distribusi, pengadaan, profit, analisis, manajemen, logistik, *time to market*. Berikut strategi yang dipakai dalam rantai pasok mixue:

1. Bahan Baku

Mixue didalam proses melaksanakan pengadaan barang produksinya menggunakan bahan baku yang dipesan dalam jumlah yang besar sehingga harga yang disepakati jauh lebih kecil dibandingkan dengan pembelian secara kecil. Selain itu mixue memproduksi bahan bakunya secara mandiri dimana hal tersebut dalam menekan biaya produksi hingga 20 persen.

2. Permintaan Pasar

Selain bahan baku yang cukup terjangkau, kualitas produk yang ditawarkan selalu terjaga hingga masa ke masa. Apalagi dengan tingginya permintaan pembeli dengan harga yang cukup murah menjadikan pembeli tidak segan segan mengeluarkan uangnya untuk membeli produk kesukaan mereka.

3. Standar dan Kualitas Produk

Dengan bahan baku yang di produksi langsung di satu tempat yang kemudian akan dikirimkan di gerai yang telah terdaftar menjadikan kualitas produk yang ditawarkan dijamin akan tetap sama dengan gerai mixue yang lain. Serta dengan adanya pelatihan terhadap karyawan menjadikan standar rasa, pengemasan dijamin akan sesuai dengan standar perusahaan.

4. Fasilitas Produksi

Didalam pelaksanaan pembuatan bahan baku mixue sendiri telah memiliki alat produksi sendiri sehingga proses produksi bisa lebih cepat serta bahan yang telah selesai di produksi dapat memiliki kualitas dan rasa yang sama sehingga menjadikan pelanggan puas akan produk yang dihasilkan.

5. Proses Distribusi (Pengiriman)

Dikarenakan mixue termasuk perusahaan franchise maka proses distribusi yang dilakukan langsung berasal dari Henan, Tiongkok. Selain itu Mixue juga mendirikan pusat distribusi sendiri di tahun 2014 yang kemudian aktif mengirimkan bahan baku mereka ke gerai gerai mixue di berbagai wilayah. Dengan adanya pusat distribusi mixue sendiri dapat meminimalisir pendanaan berlebih terhadap pengiriman produk mereka. Oleh karena itu harga yang ditawarkan mixue tetap bertahan dan cenderung terjangkau bagi masyarakat.

Mixue menghadapi tantangan kompleks dalam menjaga keseimbangan antara keberhasilan bisnis saat ini dan pertumbuhan masa depan perusahaan. Meskipun model moralnya menjadi pedang bermata dua, yaitu menjaga momentum keberhasilan bisnis sambil menghadapi risiko merusak pertumbuhan perusahaan (Chen, 2021) Mixue telah berhasil mengatasi hambatan tersebut melalui inovasi dalam rantai pasok dan model bisnis. Selain strategi yang telah disebutkan diatas mixue juga memiliki strategi lain salah satunya ialah mixue memberikan harga terjangkau pada produk yang dijualnya. Contohnya seperti es krim cone yang dijual dengan harga Rp.8.000 dengan tampilan menarik serta rasa yang meleleh dimulut menjadi sasaran masyarakat yang ingin makan es krim dengan harga yang terjangkau. Selain produk es krim cone mixue juga menawarkan jenis es krim lain serta minuman teh yang pastinya dapat menarik perhatian masyarakat luas apalagi di Indonesia.

Kemudian strategi lainnya yang dimiliki mixue ialah strategi marketing Fear of Missing Out atau FOMO di masyarakat. FOMO atau *Fear of Missing Out* memiliki pengertian yakni perasaan takut atau kecemasan ketinggalan akan aktivitas menarik atau yang sedang trending di media sosial atau yang lainnya (Pratiwi, 2023). fenomena FOMO (Fear of Missing Out) sering dipicu oleh postingan yang terlihat di media sosial. Istilah ini telah muncul sejak awal abad ke-21 dan semakin populer sejak tahun 2019. FOMO muncul karena berbagai faktor, termasuk kebutuhan akan kompetensi, kebutuhan ekonomi, dan kebutuhan keterhubungan yang tidak terpenuhi. Dalam era media sosial saat ini, di mana orang cenderung berbagi aspek positif dari kehidupan mereka (Zlavia Melia Nur Islami, 2020), FOMO dapat muncul karena persepsi bahwa orang lain memiliki kehidupan yang lebih baik.

Contoh konkrit dari dampak FOMO terlihat pada strategi pemasaran produk es krim Mixue. Para pengguna media sosial yang dianggap sebagai influencer membeli dan mengulas produk tersebut di platform mereka, menciptakan ketakutan di kalangan masyarakat bahwa mereka akan kehilangan momen atau tidak menjadi bagian dari tren yang sedang berlangsung. FOMO ini pada akhirnya membantu produk Mixue menjadi populer dan dikenal secara luas. Kesimpulan ini mencerminkan pengaruh besar media sosial dalam menciptakan perasaan kebutuhan untuk terlibat dan tidak ketinggalan dalam tren, sehingga memengaruhi popularitas dan citra suatu produk atau brand.

Strategi mereka dalam mengatur rantai dingin, menjaga kualitas produk, dan menawarkan harga yang terjangkau menjadi kunci dalam menarik pelanggan dan mempertahankan keberlanjutan bisnis. Peran Supply Chain Management (SCM) terbukti krusial dalam operasi bisnis waralaba seperti Mixue, membantu mengelola pengadaan barang dan bahan baku secara efisien, mengurangi biaya operasional, dan menyesuaikan diri dengan perubahan pasar. Dengan demikian, inovasi dalam rantai pasok dan fokus pada SCM telah menjadi fondasi kesuksesan dan pertumbuhan yang cepat bagi Mixue.

Analisis SWOT Mixue

Analisis SWOT menurut Mashuri et al (Mashuri & Nurjannah, 2020) adalah identifikasi beberapa macam konsep yang dapat menjelaskan tentang strategi perusahaan. Analisis SWOT dapat digunakan dalam perencanaan rantai pasok perusahaan untuk mengoptimalkan kinerja rantai pasok, perusahaan Mixue telah melakukan analisis SWOT yang melibatkan penilaian terhadap kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dimiliki. Setelah melakukan analisis tersebut, perusahaan menggunakan perangkat lunak sistem untuk memodelkan sistem rantai pasoknya. Proses ini melibatkan validasi perangkat lunak dengan membandingkan hasil simulasi dengan data riil dan melibatkan pemangku kepentingan terkait. Selanjutnya, perusahaan mensimulasikan model rantai pasok berdasarkan skenario-skenario yang bertujuan untuk mengoptimalkan kinerjanya. Dengan pendekatan ini, perusahaan Mixue dapat mengambil keputusan strategis yang lebih baik dalam mengelola rantai pasoknya demi meningkatkan efisiensi dan daya saingnya di pasar. Berikut gambar analisis SWOT perusahaan Mixue:



Gambar Analisis SWOT Perusahaan Mixue

Dari gambar diatas dapat disimpulkan jika analisis swot yang dilakukan menghasilkan kualifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman terhadap produk yang dihasilkan dari perusahaan Mixue.

Model Bisnis Canvas Mixue

Business Model Canvas (BMC), merupakan sebuah alat yang biasanya digunakan untuk membagi bisnis kedalam 9 konsep yang nantinya dapat membantu perusahaan untuk mengetahui permasalahan dan dapat memberikan solusi untuk sebuah perusahaan (Maysari & Musbikhin, 2023). BMC sendiri dapat bermanfaat bagi perusahaan secara berkelanjutan.

ANALISIS STRATEGI RANTAI PASOK DAN RISIKO UNTUK MENJAGA KESTABILAN PENGADAAN BARANG DAN JASA DI MIXUE



Gambar model bisnis canvas mixue

Gambar diatas menjelaskan tentang bagaimana Mixue membagi bisnisnya menjadi 9 konsep dengan cara demikian Mixue dapat mengetahui bagaimana masalah yang dihadapi nantinya dan bagaimana cara mengatasi masalah tersebut.

Risiko Kestabilan Pengadaan Barang dan Jasa di Mixue

Disaat pandemi covid-19 melanda mixue pernah mengalami ketidakstabilan dalam pengadaan barang. Hal ini ditimbulkan dari banyaknya pemberlakuan Lockdown yang diberlakukan di beberapa wilayah gerai mixue. Akibat dari peristiwa tersebut stock bahan baku mixue yang awalnya stabil mulai terganggu sehingga memiliki dampak langsung terhadap gerai gerai mixue yang tidak menyediakan beberapa varian produk mereka dikarenakan keterbatasan bahan baku.

Dikarenakan bahan baku produk yang digunakan merupakan bahan baku terpusat yang berasal dari tiongkok menjadikan gerai gerai mixue sangat bergantung kepada bahan baku yang berasal dari pusat. Bisnis waralaba seperti ini memanglah memiliki kendala sendiri terhadap stok yang di kirimkan langsung dari perusahaan pusat. Jika perusahaan pusat memiliki kendala didalam penyediaan bahan baku maka waralaba yang berada dibawahnya hanya dapat menunggu ketersediaan bahan baku selanjutnya. Ditahap pengadaan barang ini sendiri merupakan serangkaian proses rantai pasok yang memiliki efek yang cukup luarbiasa dalam mempengaruhi proses produksi (Purwaningsih, Ibrahim, & Susanto, 2021).

Keunggulan Supply Chain Management (SCM) dan Rantai Pasok

Pemberlakuan evaluasi dan perbaikan terus-menerus, dapat berdampak pada biaya operasional suatu perusahaan yang dapat dikurangi. Kesenambungan dan efisiensi dalam rantai pasok membantu dalam mengurangi pemborosan, seperti persediaan berlebih, biaya transportasi yang tinggi, dan pemborosan lainnya. Dengan kontrol yang lebih baik atas bahan baku dan proses produksi, SCM dapat meningkatkan kualitas produk. Kualitas produk dapat dipertahankan dengan memastikan bahwa bahan baku yang diterima memenuhi standar kualitas dan setiap tahap produksi diawasi dengan baik. Dengan analisis data yang canggih, SCM dapat membantu perusahaan untuk merespons perubahan permintaan pasar atau perubahan kondisi ekonomi

dengan cepat. Fleksibilitas dalam rantai pasok memungkinkan penyesuaian cepat terhadap perubahan kebutuhan pelanggan atau perubahan kondisi pasar. Ketersediaan produk yang konsisten dan pengiriman yang tepat waktu dapat meningkatkan kepuasan pelanggan melalui pengelolaan rantai pasok yang efisien dapat memberikan keyakinan kepada pelanggan bahwa produk akan tersedia ketika dibutuhkan.

Pengelolaan persediaan yang efisien dan pengoptimalan rute pengiriman dapat mengurangi biaya logistik. Koordinasi yang baik antara pemasok, produsen, dan distributor membantu dalam meminimalkan waktu dan biaya transportasi. Kolaborasi yang erat dengan pemasok dapat merangsang inovasi dan pengembangan produk baru. Keterbukaan dan kerja sama dalam rantai pasok memberikan ruang bagi inovasi, terutama ketika pemasok dan produsen berbagi pengetahuan. Hal tersebut bisa dilakukan dengan diversifikasi pemasok dan strategi rantai pasok yang adaptif membantu mengurangi risiko tergantung pada satu sumber atau jalur distribusi. Hubungan jangka panjang dengan pemasok dapat memberikan manfaat dalam hal harga yang lebih baik dan stabilitas pasokan. Dengan mengintegrasikan SCM dan membangun rantai pasok yang efisien, perusahaan dapat mencapai keunggulan kompetitif dengan meningkatkan efisiensi, kualitas, dan responsibilitas terhadap perubahan pasar.

KESIMPULAN DAN SARAN

Konsep yang diterapkan didalam pelaksanaan perusahaan mixue ialah rantai pasok atau yang biasa disebut supply chain. Strategi rantai pasok yang diterapkan meliputi kualitas produk tetap terjaga untuk memenuhi tingginya permintaan pasar dengan harga yang terjangkau. Investasi dalam fasilitas produksi yang besar mencerminkan fokus Mixue pada efisiensi operasional jangka panjang. Mixue tetap menjaga kualitas produk dengan pemilihan bahan-bahan segar. Pusat distribusi yang dibangun pada tahun 2014 menunjukkan kesuksesan Mixue dalam menciptakan rantai pasok F&B yang efisien, mengurangi biaya produksi, dan mengoptimalkan distribusi. Strategi ini membantu Mixue mencapai keunggulan dalam industri makanan dan minuman. Risiko terhadap pengadaan barang Mixue meliputi stok bahan baku terganggu, mempengaruhi ketersediaan varian produk karena keterbatasan bahan baku dari Tiongkok. Ketergantungan ini membuat gerai Mixue harus menunggu ketersediaan bahan baku dari pusat, memengaruhi proses produksi.

Saran yang didapat dari kepenulisan ini ialah mixue sebagai perusahaan yang menganut rantai pasok haruslah mempersempit risiko yang timbul akibat pengadaan barang dan jasa. Apalagi bahan baku yang berasal dari negara asli dimana ia tumbuh menjadikan risiko ini sangat rawan terjadi dan harus dipersempit risiko tersebut agar kejadian yang lalu seperti covid-19 tidak menghambat pengoprasian waralaba yang berada dibawahnya.

DAFTAR REFERENSI

- Aprilia, R., Ramadhani, A. M., Labibah, B., & Prawira, I. F. A. (2023). KEUNGGULAN DAN STRATEGI MODEL BISNIS MIXUE. *Oikos Nomos: Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis*, 16(2), 63–72.
- Chen, Z. (2021). Analysis on the Marketing Strategy of MXBC MilkTea. In *2021 3rd International Conference on Economic Management and Cultural Industry (ICEMCI 2021)* (pp. 60–64). Atlantis Press.
- Firmansyah, M., & Masrun, M. (2021). Esensi Perbedaan Metode Kualitatif Dan Kuantitatif. *Elastisitas-Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 3(2), 156–159.

- Goni, A. G., Palendeng, I. D., & Pondaag, J. J. (2022). ANALISIS RANTAI PASOK (SUPPLY CHAIN) MINUMAN CAP TIKUS (STUDI PADA PETANI DESA PALAMBA KECAMATAN LANGOWAN SELATAN). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(2), 358–367.
- Mashuri, M., & Nurjannah, D. (2020). Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing. *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*, 1(1), 97–112.
- Maysari, N., & Musbikhin, M. (2023). Model Pengembangan Bisnis Toserba Sunan Drajat melalui Pendekatan Business Model Canvas:(Studi di Toserba Sunan Drajat Banjarwati Paciran Lamongan). *Al-Muzdahir: Jurnal Ekonomi Syariah*, 5(1), 17–28.
- Permana, K. B. P. (2023). Analisis Peran Supply Chain Management (SCM) Dalam Meningkatkan Kinerja Perusahaan. *COMSERVA: Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*, 3(06), 2275–2287.
- Pratiwi, M. (2023). Penerapan Tasawuf untuk Pencegahan FOMO dan Pembangkit Psikologis Positif pada Remaja. In *Gunung Djati Conference Series* (Vol. 23, pp. 809–821).
- Purwaningsih, R., Ibrahim, C. N., & Susanto, N. (2021). Analisis Dan Mitigasi Risiko Rantai Pasok Pada Pengadaan Material Produksi Dengan Model House of Risk (Hor) Pada Industri Pulp. *MIX: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 11(01), 349337.
- Rosmayanti, M. (2023). Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mixue. *Journal on Education*, 5(3), 8126–8137.
- Yalcin, H., Shi, W., & Rahman, Z. (2020). A review and scientometric analysis of supply chain management (SCM). *Operations and Supply Chain Management: An International Journal*, 13(2), 123–133.
- Zlavia Melia Nur Islami. (2020). *Pengaruh fear of missing out, kontrol diri, narsisme, dan strategi coping terhadap adiksi media sosial pada mahasiswa di Jabodetabek*. Fakultas Psikologi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, Jakarta.