



Optimalisasi Strategi Rantai Pasokan dalam Produk Nespresso untuk Kebutuhan Pasar Modern

Adityo Akbar Permadi¹, Tiara Keysa Nuraisyah², Maria Helen Siagian³, Nicolas⁴,
Daffa Ihab Rabbani⁵, Alby Danu Projo⁶

^{1, 2, 3, 4, 5, 6} Universitas Bina Nusantara, Bekasi, Indonesia

Adityo.permadi@binus.ac.id¹, Tiara.nuraisyah@binus.ac.id²,

Maria.siagian@binus.ac.id³, nicolas004@binus.ac.id⁴, daffa.rabbani@binus.ac.id⁵,
alby.projo@binus.ac.id

Abstrak:

Perusahaan ini didirikan oleh Nestlé pada tahun 1986, dengan tujuan untuk menyediakan kopi berkualitas tinggi dengan cara yang praktis dan inovatif melalui mesin kopi khusus yang menggunakan kapsul kopi. Penelitian ini mengeksplorasi optimalisasi strategi rantai pasokan digital Nespresso. Sebagai pemimpin di pasar kopi premium, Nespresso telah mengembangkan rantai pasokan canggih selama tiga dekade. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, penelitian ini meneliti strategi seperti Just-in-Time (JIT), Total Quality Management (TQM), manajemen risiko, dan kelincahan rantai pasokan. Berdasarkan hasil penelitian dari beberapa data yang sudah dikumpulkan bisa disimpulkan bahwa untuk meningkatkan efisiensi dalam rantai pasokan produk kopi Nespresso, perusahaan perlu mengadopsi pendekatan yang adaptif dan responsif terhadap perubahan pasar dan lingkungan bisnis. Temuan menunjukkan bahwa integrasi teknologi informasi, kemitraan strategis, dan inisiatif keberlanjutan sangat penting untuk optimalisasi rantai pasokan dan mempertahankan keunggulan kompetitif. Implementasi strategi ini diharapkan meningkatkan efisiensi, mengurangi biaya, dan meningkatkan responsivitas terhadap perubahan pasar, memastikan penyampaian kopi berkualitas tinggi kepada pelanggan global.

Kata Kunci: Nespresso, rantai pasokan, manajemen rantai pasokan digital, Just-in-Time, Total Quality Management, manajemen risiko, kelincahan rantai pasokan, teknologi informasi, kemitraan strategis, keberlanjutan.

Abstract:

The company was founded by Nestlé in 1986, with the aim of providing high quality coffee in a practical and innovative way through special coffee machines that use coffee capsules. This research explores the optimization of Nespresso's digital supply chain strategy. As a leader in the premium coffee market, Nespresso has developed a sophisticated supply chain over three decades. This research uses a qualitative approach, this research examines strategies such as Just-in-Time (JIT), Total Quality Management (TQM), risk management, and

supply chain agility. Based on research results from several data that have been collected, it can be concluded that to increase efficiency in the Nespresso coffee product supply chain, the company needs to adopt an adaptive and responsive approach to changes in the market and business environment. The findings show that the integration of information technology, strategic partnerships, and sustainability initiatives is critical to optimizing supply chains and maintaining competitive advantage. Implementation of this strategy is expected to increase efficiency, reduce costs and increase responsiveness to market changes, ensuring the delivery of high-quality coffee to global customers.

Keywords: Nespresso, supply chain, digital supply chain management, Just-in-Time, Total Quality Management, risk management, supply chain agility, information technology, strategic partnerships, sustainability.

Pendahuluan

Nespresso adalah merek internasional yang terkenal dengan produk kopi berkualitas tinggi, terutama kapsul kopi (Kartini Gaffar, 2021). Perusahaan ini didirikan oleh Nestlé pada tahun 1986, dengan tujuan untuk menyediakan kopi berkualitas tinggi dengan cara yang praktis dan inovatif melalui mesin kopi khusus yang menggunakan kapsul kopi. Nespresso fokus pada pengalaman kopi premium dengan memastikan kualitas biji kopi, proses pembuatan yang teliti, dan desain produk yang elegan. Nespresso memiliki pasar yang luas di seluruh dunia dan telah menjadi salah satu merek kopi terkemuka di dunia.

Selama lebih dari 30 tahun, inovasi telah mendefinisikan ulang cara jutaan orang menikmati kopi mereka, berkembang dari ide yang revolusioner di Swiss menjadi merek global dengan kehadiran di 81 negara. Dengan sekali sentuh tombol, pelanggan di rumah, kantor, hotel, restoran, dan kafe dapat menikmati kopi berkualitas tinggi yang diproduksi secara berkelanjutan, gelas demi gelas. Mereka terus berkembang dan tetap gigih dalam fokusnya untuk memberikan kualitas yang berkelanjutan di setiap tahap rantai nilai kami sambil tetap menjaga hubungan langsung yang istimewa dengan pelanggan mereka (Canwat, 2023).

Dengan perkembangannya selama lebih dari 30 tahun, tentunya Nespresso sudah mengembangkan *supply chain* milik mereka sendiri dari tahun ke tahun sampai terbentuklah *supply chain* mereka yang sekarang. *Supply chain management* atau manajemen rantai pemasok merupakan sebuah sistem integrasi antara fungsi maupun lintas organisasi dalam hal produksi dan mengantar produk ke pelanggan distribusi (Alfiana et al., 2023). *Supply chain management* digunakan sebagai sebuah pendekatan yang diterapkan untuk menyatukan pemasok, pengusaha, gudang, dan tempat penyimpanan lainnya (distributor, retailer, dan pengecer) secara efisien, sehingga produk dapat dihasilkan dan didistribusikan dengan jumlah yang tepat, lokasi yang tepat, dan waktu yang tepat untuk menurunkan biaya dan memenuhi kebutuhan pelanggan.

Berdasarkan permasalahan yang terjadi pada saat ini, perkembangan zaman sangatlah pesat (Dini, 2022). Pengaruh globalisasi dan digitalisasi membuat strategi dari

suatu era ke era sangatlah berbeda dan akan semakin berkembang kedepannya (Nur et al., 2020). Sehingga dibutuhkan pengembangan suatu sistem yang bisa dikembangkan dari waktu ke waktu. Dari permasalahan ini diharapkan Nespresso dapat mengintegrasikan *supply chain management* yang baik.

Tujuan Penelitian

- Menemukan cara untuk meningkatkan efisiensi dalam rantai pasokan produk Nespresso, mulai dari produksi hingga distribusi, dengan tujuan mengurangi biaya dan waktu.
- Mengidentifikasi dan mengurangi risiko yang terkait dengan rantai pasokan, seperti risiko pengiriman yang terlambat atau kekurangan bahan baku.
- Menyesuaikan rantai pasokan produk kopi Nespresso dengan kebutuhan pasar modern.

Rumusan Masalah

1. Bagaimana meningkatkan efisiensi dalam rantai pasokan produk kopi Nespresso ?
2. Bagaimana mengidentifikasi dan mengurangi risiko yang terkait dengan rantai pasokan kopi, seperti risiko pengiriman yang terlambat atau kekurangan bahan baku?
3. Bagaimana menyesuaikan *supply chain* produk kopi Nespresso dengan kebutuhan pasar modern?

Metode

1. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini memakai metode kualitatif untuk mendapatkan pemahaman mendalam tentang strategi rantai pasokan Nespresso. Tujuan dari metode kualitatif adalah untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam dan kontekstual terhadap fenomena yang diteliti.

2. Desain Penelitian

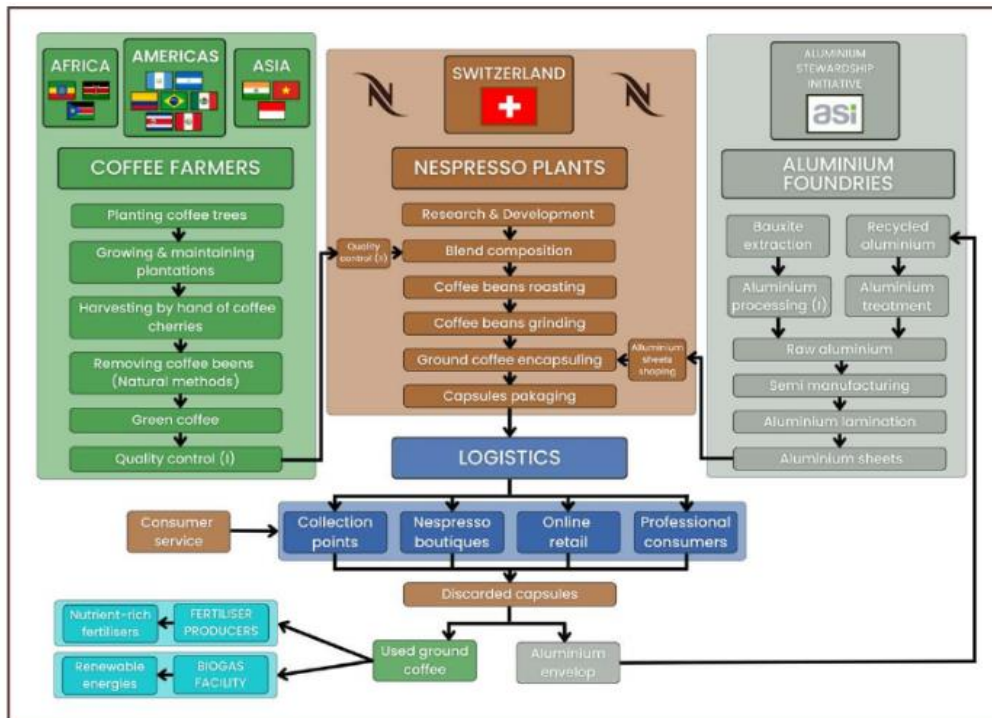
Penelitian ini memakai desain studi kasus karena fokusnya adalah pada satu entitas tunggal, yaitu rantai pasokan Nespresso. Studi kasus memungkinkan peneliti untuk dapat mengeksplorasi secara mendalam kompleksitas dan strategi dari rantai pasokan Nespresso.

3. Pengumpulan Data

1. **Studi Literatur:** Tinjauan literatur dilakukan untuk mengumpulkan informasi dari berbagai macam sumber akademis mengenai manajemen rantai pasokan, strategi rantai pasokan, dan adaptasi terhadap kebutuhan pasar modern (Zakki, 2021). Literatur ini mencakup jurnal, buku, dan artikel yang relevan dengan topik penelitian.
2. **Focus Group Discussion (FGD):** FGD dilakukan dengan cara mengumpulkan perspektif masing - masing dan mendiskusikan isu-isu utama dalam rantai pasokan.

Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan data yang didapat dan dikumpulkan, *supply chain management* Nespresso dapat dijelaskan melalui gambar di bawah ini,



Sumber: (Romano, 2020)

Dari gambar diatas maka dapat dijelaskan bahwa produksi dimulai dari kebun kopi di Amerika Tengah dan Selatan, Afrika, dan Asia, dimana para petani menanam berbagai varietas tanaman kopi. Berkat kualitas tanah, ketinggian dan lintang, serta jumlah curah hujan dan sinar matahari, mereka menghasilkan biji kopi dengan karakteristik yang berbeda yang terkandung dalam buah kopi. Nespresso memiliki kontrol ketat atas budidaya kopi, dimulai dari pendidikan dan pelatihan petani, pengadaan mesin dan produk pertanian, hingga pengambilan biji kopi hijau. Rantai pasokan pertumbuhan kopi ini berkelanjutan dan bahan baku diperoleh dengan menghormati lingkungan dan pekerja (Mahdiahwati et al., 2024).

Selanjutnya, setelah kontrol kualitas akhir, kopi hijau dikirim ke pabrik Nespresso di Swiss, negara di mana markas besarnya berada, dan departemen R&D menciptakan produk dan teknologi baru untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Di pabrik produksi, berbagai varietas biji kopi digabungkan untuk menghasilkan campuran yang kemudian dipanggang dan digiling. Pada akhirnya, kopi campuran dikapsulkan ke dalam mesin dan terbuat dari aluminium untuk menjaga aroma. Aluminium tersebut 80% didaur ulang dan dipasok oleh pemasok yang memproses logam mentah untuk membuat lembaran, yang dibentuk dan ditandai di pabrik Nespresso.

Seluruh rantai pasokan internal dipantau beberapa kali selama tahap produksi untuk memastikan kualitas tinggi dari kapsul. Produk akhir dikemas dan dikirim untuk mencapai saluran penjualan yang berbeda. Perusahaan pengiriman dipilih berdasarkan keandalan dan kecepatan layanan. Salah satu contoh signifikan adalah kemitraan antara Nespresso dan DHL yang ditandatangani pada tahun 2014, diperluas pada Agustus 2022. Pemasok transportasi menyediakan layanannya di Inggris, Irlandia, Italia, Brasil, Malaysia, dan Taiwan. Paket-paket kapsul kopi disortir antara titik-titik pengumpulan, butik Nespresso, ritel online, dan platform profesional.

Setiap saluran menyediakan layanan konsumen yang didedikasikan sesuai dengan berbagai kebutuhan. Selain itu, platform web dan layanan konsumen tersedia 24 jam untuk pertanyaan dan permintaan. Akhirnya, ada beberapa titik daur ulang untuk mengumpulkan kapsul yang dibuang yang kemudian digunakan untuk menciptakan energi terbarukan di Fasilitas Biogas Pertanian atau diubah menjadi pupuk dan logam dari 80% kapsul yang dibuang tersebut dilebur ulang untuk diubah menjadi kapsul baru.

Berdasarkan hasil penelitian dari beberapa data yang sudah dikumpulkan bisa disimpulkan bahwa untuk meningkatkan efisiensi dalam rantai pasokan produk kopi Nespresso, perusahaan perlu mengadopsi pendekatan yang adaptif dan responsif terhadap perubahan pasar dan lingkungan bisnis. Strategi yang bisa diterapkan termasuk penerapan teknologi informasi dan komunikasi untuk dapat meningkatkan visibilitas dan transparansi dalam rantai pasokan (Apriani et al., 2023), penggunaan analisis data untuk dapat mengidentifikasi risiko dan peluang, serta memiliki kemitraan strategis dengan pemasok dan mitra bisnis lainnya untuk dapat meminimalkan risiko dan meningkatkan efisiensi (Canwat, 2023). Kemudian Nespresso juga bisa menerapkan strategi *Just-in-Time* (JIT) untuk memastikan bahan baku, seperti biji kopi bisa tiba tepat waktu saat dibutuhkan dalam proses produksi dan penerapan *Total Quality Management* (TQM) di seluruh rantai pasokan untuk memastikan kualitas produk yang konsisten dan tinggi (Sakti et al., 2023).

Selain itu, untuk meningkatkan efisiensi rantai pasokan produk kopi Nespresso, perusahaan Nespresso harus membuka lebih banyak pabrik produksi selain di negara utama Switzerland seperti gambar diatas. Dengan dibukanya berbagai pabrik untuk produksi di berbagai negara, khususnya negara supplier, akan membuat proses produksi produk Nespresso menjadi lebih cepat karena tidak harus mengimpor kopi dari negara supplier. Selain itu, pembukaan pabrik di berbagai daerah ini akan membuat Nespresso menjalankan manajemen rantai pasok secara efisien dan efektif (Wang et al., 2021).

Untuk mengidentifikasi risiko terkait dengan rantai pasokan kopi seperti risiko pengiriman yang terlambat atau kekurangan bahan baku, Nespresso bisa melakukan beberapa langkah. Pertama, Nespresso bisa melakukan analisis risiko menyeluruh untuk dapat mengidentifikasi semua potensi risiko dalam rantai pasokan (Yulistarini, 2024). Setelah risiko diidentifikasi, Nespresso bisa mengambil langkah-langkah untuk mengurangnya. Hal ini termasuk membangun kemitraan yang kuat dengan pemasok dan mitra bisnis lainnya untuk dapat memperoleh visibilitas dan pemahaman yang lebih baik tentang rantai pasokan, menyediakan cadangan bahan baku agar dapat mengatasi kekurangan, menerapkan teknologi dan sistem informasi agar dapat meningkatkan visibilitas dan koordinasi dalam rantai pasokan, mengelola persediaan dengan efisien,

serta melakukan evaluasi terus-menerus terhadap kinerja rantai pasokan untuk mengidentifikasi risiko dan peluang perbaikan (Ssebunya et al., 2019).

Nespresso sudah mulai berinovasi dan beradaptasi dengan pasar modern, yang terlihat dari program *sustainability*-nya (Kreutzer, 2023). Nespresso meluncurkan program AAA *sustainability* yang berfokus kepada kualitas kopi, keberlanjutan lingkungan, serta kesejahteraan sosial dan ekonomi petani. Dalam menghadapi pasar modern, perusahaan harus mampu beradaptasi terhadap perubahan-perubahan pasar, tentunya Nespresso sudah memulai lebih dulu untuk menghadapi pasar modern dengan program mereka (Kumar, 2024).

Gempuran pasar modern membuat banyaknya tuntutan terkait produk saat ini, Nespresso dalam programnya bekerja sama dengan petani kopi untuk meningkatkan teknik budidaya dan pemrosesan kopi, sehingga tuntutan produk seperti kualitas yang bagus dapat diatasi oleh Nespresso. Selain itu dalam pasar modern saat ini juga sangat memperhatikan aspek lingkungan, sehingga Nespresso juga melakukan program AAA ini untuk *sustainability* produk mereka kedepannya. Dan terakhir, program AAA ini membantu petani agar mampu meningkatkan produktivitas serta memastikan Nespresso mempunyai pasokan yang cukup dari para petani yang mengikuti program AAA, sehingga tidak terjadi kesulitan-kesulitan pasokan dalam gempuran dan tuntutan pasar modern saat ini. Selain melalui program AAA, Nespresso dapat menyesuaikan *supply chain* produk kopi Nespresso dengan kebutuhan pasar modern dengan meningkatkan *agility* dalam rantai pasokannya agar dapat merespons perubahan pasar yang cepat dan tidak terduga dengan lebih efisien. Ini termasuk adaptasi cepat terhadap perubahan permintaan produk dan penyesuaian operasi logistik untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dengan lebih cepat (Kreutzer, 2023).

Dengan demikian, upaya-upaya yang dilakukan oleh Nespresso untuk meningkatkan efisiensi dalam rantai pasokan, mengidentifikasi dan mengurangi risiko, serta beradaptasi dengan pasar modern melalui program *sustainability*-nya, merupakan langkah-langkah yang penting untuk dapat memastikan kesuksesan bisnis mereka di masa depan.

Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian kami ini menunjukkan bahwa untuk dapat meningkatkan efisiensi dalam rantai pasokan produk kopi Nespresso, perusahaan perlu mengambil tindakan yang adaptif dan responsif terhadap perubahan pasar dan lingkungan bisnis. Strategi yang direkomendasikan termasuk penerapan teknologi informasi dan komunikasi untuk meningkatkan visibilitas dan transparansi dalam rantai pasokan, penggunaan analisis data untuk mengidentifikasi risiko dan peluang, serta pembentukan kemitraan strategis dengan pemasok dan mitra bisnis lainnya untuk meminimalkan risiko dan meningkatkan efisiensi. Dengan demikian maka perusahaan Nespresso dapat mengoptimalkan *supply chain management* mereka dengan memperhatikan hal-hal diatas.

Daftar Pustaka

- Alfiana, A., Lubis, R. F., Suharyadi, M. R., Utami, E. Y., & Sipayung, B. (2023). Manajemen Risiko dalam Ketidakpastian Global: Strategi dan Praktik Terbaik. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen West Science*, 2(03), 260–271.
- Apriani, D., Azizah, N. N., Ramadhona, N., & Kusumawardhani, D. A. R. (2023). Optimasi transparansi data dalam rantai pasokan melalui integrasi teknologi blockchain. *Jurnal MENTARI: Manajemen, Pendidikan Dan Teknologi Informasi*, 2(1), 1–10.
- Canwat, V. (2023). Value chains and sustainable development: A perspective of sustainable coffee value chains in East Africa. *Sustainable Development*, 31(2), 668–679.
- Dini, J. (2022). Permasalahan pola asuh dalam mendidik anak di era digital. *Jurnal Obsesi: Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 6(3), 1965–1975.
- Kartini Gaffar, E. (2021). *Hambatan Dalam Pengembangan Gastrodiplomasi Untuk Mencapai Brand Image Kuliner Indonesia di Era Pemerintahan Joko Widodo*. Universitas Bosowa.
- Kreutzer, R. T. (2023). Practice-Oriented Marketing. *Springer Books*.
- Kumar, S. (2024). Advancing Sustainability: A Conceptual Review for 21st Century Corporates. *International Journal of Economics & Business Administration (IJEBA)*, 12(2), 176–211.
- Mahdiahwati, R. A., Haryono, D., & Nugraha, A. (2024). Analisis Manajemen Rantai Pasok Biji Kopi (Studi Kasus Pt Asia Makmur Kota Bandar Lampung). *Jurnal AGRIBIS*, 10(1), 40–54.
- Nur, A. C., Niswaty, R., & Aslinda, A. (2020). *Kemitraan, Digitalisasi & Inovasi Kebijakan Publik Di Era Globalisasi*. Badan Penerbit UNM.
- Romano, A. A. (2020). *Pursuing an “Ethical” Cup of Coffee: The Social Production of Equity in the Globalized Coffee Commodity Chain*. Stanford University.
- Sakti, D. B., Iman, M. A. N., & Firdausy, S. B. K. (2023). Potensi Keberhasilan Penerapan Just-In-Time Dalam Industri Kecil Menengah. *Sanskara Manajemen Dan Bisnis*, 1(03), 161–171.
- Ssebunya, B. R., Schader, C., Baumgart, L., Landert, J., Altenbuchner, C., Schmid, E., & Stolze, M. (2019). Sustainability performance of certified and non-certified smallholder coffee farms in Uganda. *Ecological Economics*, 156, 35–47.
- Wang, J., Zhao, L., & Huchzermeier, A. (2021). Operations-finance interface in risk

management: Research evolution and opportunities. *Production and Operations Management*, 30(2), 355–389.

Yulistarini, D. (2024). Peran Kepemimpinan Strategis dan Perencanaan Keuangan dalam Rantai Pasok Kopi: Sebuah Tinjauan Literatur. *Jurnal Kompetitif*, 13(1), 17–28.

Zakki, M. (2021). Total quality management: A study of processing the quality of 99 Brand coffee product. *Journal of Islamic Economics Perspectives*, 3(1), 32–44.