

Hubungan *Supply Chain Management* (SCM) Terhadap Kinerja Perusahaan Kedai Upu Panam Kota Pekanbaru

The Relationship of Supply Chain Management (SCM) on the Performance of the Company Kedai Upu Panam Pekanbaru City

Denisyah*, Evy Maharani, Novia Dewi

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian Universitas Riau

*Email: evy.maharani@lecturer.unri.ac.id

(Diterima 14-07-2024; Disetujui 24-10-2024)

ABSTRAK

Perkembangan toko retail yang semakin pesat di Indonesia membuat persaingan antar perusahaan semakin ketat. Ketersediaan produk dan harga jual yang ekonomis merupakan salah satu hal yang membuat perusahaan ritel dapat bertahan. *Supply chain management* merupakan perluasan dan pengembangan konsep dan arti dari manajemen logistik, manajemen logistik berperan dalam mengatur arus barang hingga sampai ke konsumen. Ketidaktersediaan stok barang, stok barang yang berlebihan dan stok barang yang kurang merupakan permasalahan yang sering dihadapi Kedai Upu. Hal ini disebabkan ketidaktahuan manajemen *retailer* tentang jumlah stok barang secara *real time* yang disebabkan karena informasi yang tidak akurat, jumlah stok yang tidak sesuai dengan sistem penyediaan stoknya. Tujuan penelitian yaitu menganalisis hubungan pembagian informasi, hubungan jangka panjang, kerjasama dan proses integrasi terhadap kinerja perusahaan Kedai Upu Panam Kota Pekanbaru. Waktu penelitian dilakukan pada bulan Januari sampai dengan Juli 2023. Penelitian ini menggunakan metode studi kasus dengan teknik *purposive sampling* dan menggunakan *key informan* sebanyak 30 orang. Analisis data menggunakan analisis rank Spearman dan analisis deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya hubungan yang signifikan antara variabel pembagian informasi, hubungan jangka panjang, kerja sama dan proses integrasi terhadap kinerja perusahaan.

Kata kunci: Pembagian Informasi, Hubungan Jangka Panjang, Kerjasama, Proses Integrasi, Kinerja Perusahaan

ABSTRACT

The rapid development of retail stores in Indonesia has made competition between companies tighter. Product availability and economical selling prices are one of the things that make retail companies survive. Supply chain management is an extension and development of the concept and meaning of logistics management, logistics management plays a role in managing the flow of goods to consumers. Unavailability of stock items, excessive stock of goods and insufficient stock of goods are problems that Kedai Upu often faces. This is due to the ignorance of retailer management about the number of stock items in real time due to inaccurate information, the amount of stock that is not in accordance with the stock provision system. The research objective is to analyze the relationship between information sharing, long-term relationships, cooperation and integration processes on company performance Kedai Upu Panam Pekanbaru City. The research time was conducted from January to July 2023. This research uses a case study method with purposive sampling technique and uses 30 key informants. Data analysis using Spearman rank analysis and descriptive analysis. The results showed that there was a significant relationship between the variables of information sharing, long-term relationships, cooperation and integration processes on company performance.

Keywords: Information Sharing, Long-term Relationship, Cooperation, Integration Process, Company Performance.

PENDAHULUAN

Perkembangan toko retail yang semakin pesat di Indonesia membuat persaingan antar perusahaan semakin ketat. Dalam persaingan bisnis di era modern seperti sekarang ini menciptakan berbagai kebutuhan konsumen yang semakin tinggi dalam memilih barang kebutuhannya. Mulai dari kalangan menengah sampai kalangan atas selalu menuntut kualitas yang terbaik dan harga yang ekonomis. Perkembangan pesat teknologi informasi, komunikasi, maupun proses produksi mengakibatkan pendeknya siklus hidup produk.

Penyediaan produk yang tepat waktu bagi konsumen diwaktu yang tepat dengan biaya yang ekonomis merupakan salah satu hal yang membuat perusahaan ritel dapat bertahan. Ketersediaan produk dan harga jual yang ekonomis hanya dapat terjadi jika adanya koordinasi yang baik antara perusahaan dengan pihak-pihak dalam rantai pemasok nya. Kesadaran akan adanya produk yang murah, cepat dan berkualitas inilah yang melahirkan konsep baru tahun 1990-an yaitu manajemen rantai pasokan (*supply chain management*).

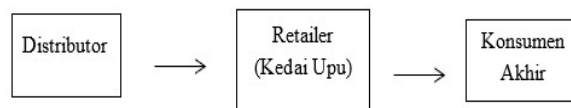
Supply chain management (SCM) merupakan perluasan dan pengembangan konsep dan arti dari manajemen logistik, manajemen logistik berperan dalam mengatur arus barang dan *supply chain* juga demikian namun meliputi antar perusahaan yang berhubungan dengan arus barang dan semakin berkembang menyangkut kepada hal-hal yang diperlukan oleh pelanggan. Rantai pasok (*supply chain management*) yang baik sangat penting untuk mencapai pengintegrasian yang lebih efisien dari *supplier, manufacture, distributor, retailer, dan customer* agar barang diproduksi dalam jumlah yang tepat. Perusahaan perlu mempertimbangkan permasalahan rantai pasokan untuk memastikan bahwa rantai pasokan mendukung strategi perusahaan (Ruslim, 2017).

Rantai pasok disetiap perusahaan mempunyai arti yang penting, karena tujuan dari rantai pasokan itu sendiri yaitu memenuhi kebutuhan konsumen dan memaksimalkan keuntungan (Fitrianto dan Sudaryanto, 2016). Dengan adanya *supply chain* perusahaan dapat memantau pengelolaan aliran informasi, produk dan dana dari hulu ke hilir maupun sebaliknya.

Aspek dari rantai pasok adalah *retailer* pihak yang menjual produk jadi yang akan dikonsumsi oleh konsumen akhir. Bisnis ritel merupakan keseluruhan aktivitas bisnis yang terkait dengan penjualan dan pemberian layanan kepada masyarakat sebagai pelaku konsumen untuk penggunaan yang sifatnya individu sebagai pribadi maupun keluarga. Keberhasilan dalam pasar ritel yang kompetitif, pelaku retail harus dapat menawarkan produk yang tepat, dengan harga, waktu dan tempat yang tepat pula. Dengan berkembangnya dunia ritel, konsumen akan lebih mudah mendapatkan produk atau barang yang diinginkan sehingga permintaan pasar meningkat, peluang pasar cukup besar dan meningkatnya perkembangan usaha toko retail.

Kedai Upu merupakan salah satu toko retail terbesar dan terlengkap di Pekanbaru yang menjual bahan-bahan kue yang mulai beroperasi tahun 2021. Kedai Upu ini sebenarnya hadir untuk menggarap pasar UMKM yang setiap harinya memproduksi kuliner. Namun, tentu Kedai Upu tak menutup kebutuhan Ibu Rumah Tangga yang ingin mendapatkan bahan kue. Kedai Upu menyediakan semua bahan kue yang lengkap. Bahkan tak hanya itu saja, Kedai Upu juga menyediakan alat-alatnya.

Berikut rantai *supply chain* pada perusahaan Kedai Upu.



Gambar 1. *Supply Chain* Pada Perusahaan Kedai Upu

Pada perusahaan kedai Upu membutuhkan para distributor untuk menjadi penyalur barang bagi Perusahaan kedai Upu tersebut. Distributor tersebut bisa melalui supermarket besar/kecil maupun ke *retailer* (Kedai Upu). Selanjutnya, pada tahap akhir produk-produk tersebut ditujukan untuk konsumen akhir untuk dapat mengkonsumsi produk bahan-bahan kue yang telah dibuat.

Pemasalahan yang sering dihadapi pada toko retail Kedai Upu adalah ketidaktersediaan stok barang (*stockouts*), stok barang yang berlebihan (*overstock*) untuk barang tertentu, dan stok barang yang kurang. Hal ini disebabkan ketidaktahuan manajemen *retailer* tentang jumlah stok barang secara *real time* yang disebabkan karena informasi yang tidak akurat, jumlah stok yang tidak sesuai dengan sistem penyediaan stoknya. Terkait hal tersebut maka harus ada koordinasi aktivitas manajemen rantai pasok yang mampu memberikan kepuasan atas layanan kepada pelanggan yang sekaligus juga memecahkan masalah yang selama ini dihadapi toko retail. Aktivitas rantai pasok dalam hal ini adalah mulai dari *distribution center* (pusat distribusi), toko retail dan konsumen akhir. Selain itu, toko retail juga harus melakukan, memperbaiki dan mengoptimalkan strategi rantai pasoknya.

Pembagian informasi, hubungan jangka panjang, kerjasama dan proses integrasi merupakan bagian dari faktor- faktor yang mempengaruhi kinerja *supply chain management* pada perusahaan. Hal ini didukung oleh penelitian (Rachmawan, 2018) menyatakan bahwa perusahaan dalam

mengimplementasikan *supply chain management*, bertujuan untuk meningkatkan daya saing yang diwujudkan dalam peningkatan kinerja perusahaan.

Kinerja perusahaan merupakan tolak ukur indikator dari perkembangan sebuah perusahaan. Bisnis yang kompetitif adalah fokus kepada bagaimana meningkatkan nilai kepada konsumen yaitu menyediakan produk dan layanan yang lebih bernilai dibandingkan dengan kompetitor (Kurniawan *et al*, 2018).

Peningkatan kinerja perusahaan pada toko retail Kedai Upu membutuhkan strategi yang sesuai untuk dapat bertahan di pasar, menghadapi persaingan, ancaman, dan peluang pasar. Toko retail harus dapat merancang dan memiliki strategi *supply chain management* untuk dapat mengarahkan jalannya tujuan yang ingin dicapai dalam meningkatkan kinerja perusahaan, sehingga perusahaan dapat bertahan dalam persaingan.

Berdasarkan uraian tersebut tujuan penelitian “Hubungan *Supply Chain Management* (SCM) terhadap Kinerja Perusahaan Kedai Upu Panam Kota Pekanbaru”.

METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan di Kedai Upu Jalan HR. Soebarantas Panam, Kota Pekanbaru. Alasan memilih lokasi penelitian karena Kedai Upu merupakan salah satu toko retail terbesar dan terlengkap yang menyediakan bahan kue di Panam Kota Pekanbaru. Waktu penelitian dilakukan pada Bulan Januari 2023 sampai dengan Juli 2023.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi kasus. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini berupa penyebaran kuesioner dan wawancara dengan skala Likert. Penelitian ini menggunakan 30 *key informan*. Dalam menentukan *key informan* penelitian ini dengan menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu sampel ditetapkan berdasarkan karakteristik tertentu. Kriteria dalam pengambilan *key informan* ini adalah seluruh karyawan yang mengerti alur kegiatan logistik perusahaan Kedai Upu, terkhusus karyawan gudang dan distributor yang paham mekanisme *supply chain management* (SCM) dan berperan untuk mengatur serta memastikan proses distribusi barang berjalan lancar dan karyawan gudang yang paham melakukan administrasi gudang yang meliputi pencatatan barang masuk dan barang keluar, maka dalam penelitian ini jumlah *key informan* yang digunakan sebanyak 30 *key informan* yang mana 4 distributor utama, 1 *general manager*, 1 kepala gudang, dan 24 karyawan gudang yang mengerti alur pergudangan di Kedai Upu.

Variabel yang digunakan adalah variabel independen (pembagian informasi, hubungan jangka panjang, kerjasama dan proses integrasi) dan variabel dependen (kinerja perusahaan). Analisis korelasi rank Spearman sebagai uji korelasi bagi data non parametrik antara dua variabel yang berskala ordinal dengan mengetahui tingkat kesesuaian dari dua variabel terhadap grup yang sama dan menghitung atau mengukur data kuantitatif secara eksakta. Suatu variabel dapat dikatakan berskala ordinal ketika pengukuran data menunjukkan adanya tingkatan data ranking (metode ini disebut juga korelasi berjenjang atau korelasi berpangkat dan ditulis dengan notasi (rs)). Uji korelasi rank Spearman akan menggunakan program SPSS (Caroline, 2019).

Adapun rumus korelasi Rank Spearman (Neolaka, 2014) yaitu:

$$r_s = 1 - \frac{6\sum d^2}{n(n^2 - 1)}$$

Keterangan:

- r_s = Nilai koefisien korelasi Rank Spearman
- d = Selisih peringkat
- n = Jumlah data

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Karakteristik responden meliputi jenis kelamin, umur, pendidikan terakhir dan jabatan.

Tabel 1. Karakteristik Responden

No	Uraian	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Jenis kelamin		
	Laki – laki	19	63,33
	Perempuan	11	36,67
	Jumlah	30	100,00
2	Umur (Tahun)		
	20-25	21	70
	26-30	3	10
	31-35	1	3,33
	36-40	5	16,67
	Jumlah	30	100,00
3	Pendidikan Terakhir		
	SMA/Sederajat	25	83,33
	Strata/S1	5	16,67
	Jumlah	30	100,00
4	Jabatan		
	General Manager	1	3,33
	Kepala Gudang	1	3,33
	Kepala Gudang	24	80
	Distributor	4	13,33
	Jumlah	30	100,00

Sumber: Analisis Data Primer (2024)

Tabel 1 menunjukkan bahwa karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin didominasi oleh laki-laki dengan jumlah 19 orang dengan persentase 63,33 persen dan perempuan berjumlah 11 orang dengan persentase 36,67 persen. Kegiatan pergudangan umumnya dilakukan oleh laki-laki, hal ini menunjukkan bahwa jenis kelamin laki-laki pada penelitian ini lebih mendominasi dibanding jenis kelamin perempuan, ini dikarenakan aktivitas pergudangan umumnya dilakukan oleh laki-laki. Jenis kelamin adalah penentu untuk menetapkan seseorang digolongkan laki-laki atau perempuan. Jenis kelamin merupakan perbedaan antara laki-laki dengan perempuan yang ditandai dengan perbedaan hormon seksual atau perbedaan alat produksi dan juga perbedaan perilaku kerja, dimana laki-laki lebih suka bekerja dan memiliki tenaga yang berbeda dengan perempuan, laki-laki lebih banyak waktu bekerja dibandingkan dengan waktu perempuan (Herlindawati, 2015).

Umur responden didominasi dengan rentang umur 20-25 berjumlah 21 orang dengan persentase 70 persen, dan pada karakteristik umur terendah yaitu pada umur 31-35 berjumlah 1 orang dengan persentase 3,33 persen. Umur yang produktif apabila usia pekerja beranjak naik maka tingkat produktivitas dari pekerja tersebut berada dalam posisi usia produktif dan apabila umur pekerja menjelang tua maka tingkat produktivitas kerja akan menurun karena keterbatasan faktor fisik dan kesehatan yang mempengaruhi (Kumbadewi, 2021).

Tingkat pendidikan didominasi pada tingkat pendidikan SMA berjumlah 25 orang dengan persentase 83,33 persen dan pada tingkat pendidikan sarjana berjumlah 5 orang dengan persentase 16,67 persen. Sumber daya yang dimiliki perusahaan tidak akan memberikan hasil yang optimal apabila tidak didukung oleh sumber daya manusia yang mempunyai kinerja yang optimal. Kinerja karyawan merupakan suatu tindakan yang dilakukan karyawan dalam melaksanakan pekerjaan yang diberikan perusahaan atau bisa dikatakan bahwa kinerja Perusahaan, yaitu tingkat pencapaian hasil dalam rangka mewujudkan tujuan perusahaan (Junita dan Mukmin, 2022).

Tingkat jabatan diketahui bahwa 30 responden didominasi pada jabatan karyawan gudang berjumlah 24 orang dengan persentase 80 persen, kemudian pada jabatan kepala gudang berjumlah 1 orang dengan persentase 3,33 persen dan pada tingkat jabatan *general manager* berjumlah 1 orang dengan persentase 3,33 persen dan tingkat jabatan pada distributor berjumlah 4 orang dengan persentase 13,33 persen. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas jabatan responden pada perusahaan Kedai upu adalah karyawan gudang. Jabatan memiliki peran penting untuk membantu mempromosikan pada satu jabatan dan memberikan kemudahan bagi organisasi dan melakukan semua sumber daya manusia yang meliputi penilaian kinerja karyawan. Jabatan dijadikan sebagai acuan dasar bagi suatu organisasi untuk menemukan orang yang diperlukan. Karena itu jabatan diharapkan setiap orang

yang berada diorganisasi dapat memahami hak dan kewajiban mereka, seperti tugas dan wewenang, spesifikasi orang dalam jabatan yang dibutuhkan oleh suatu perusahaan (Wahdati, 2022).

Analisis *Supply Chain Management* (SCM)

Tabel 2. Analisis *Supply Chain Management* (SCM) Kedai Upu

No	<i>Supply Chain Management</i> (SCM)	Skor	Kategori
1	Pembagian Informasi	4,27	Sangat Baik
2	Hubungan Jangka Panjang	4,12	Baik
3	Kerja sama	4,09	Baik
4	Proses Integrasi	4,02	Baik
Kategori		4,12	Baik

Sumber: Analisis Data Primer (2024)

Pembagian Informasi

Skor rata-rata variabel pembagian informasi diperoleh 4,27 dengan kategori sangat baik. Variabel pembagian informasi merupakan aliran komunikasi secara terus menerus antara mitra kerja baik formal maupun informal dan berkontribusi untuk suatu perencanaan serta pengawasan yang lebih baik dalam sebuah rangkaian kinerja perusahaan. Pembagian informasi berkaitan dengan tingkat kepentingan dan ketepatan informasi yang dikomunikasikan ke mitra bisnis dalam rantai pasokan. Pembagian informasi terdiri atas indikator produk, kinerja dan distribusi (Ariani, 2013). Pembagian informasi dapat membantu perusahaan dalam memperbaiki efisiensi dan efektivitas rantai pasokan dan merupakan faktor yang paling penting untuk mencapai koordinasi yang efektif dalam rantai pasokan serta menjadi pengendali disepanjang rantai pasokan.

Hubungan Jangka Panjang

Skor rata-rata variabel hubungan jangka panjang diperoleh 4,12 dengan kategori baik. Variabel hubungan jangka panjang adalah kemampuan perusahaan untuk menjalin hubungan jangka panjang dengan pemasok dan distributor karena perusahaan menganggap hubungan tersebut akan mendatangkan keuntungan biaya (Rachbini, 2019). Hubungan perusahaan dengan pemasok merupakan kolaborasi yang paling kuat dalam konteks *value chain* atau *supply chain*. Dalam hal ini, pemasok berperan untuk menyediakan material atau bahan input yang digunakan oleh perusahaan. Kualitas material dan kemampuan dalam pendistribusian material tersebut tergantung pada kinerja pemasok yang selanjutnya berpengaruh pada kinerja perusahaan secara keseluruhan.

Kerja sama

Skor rata-rata variabel kerja sama diperoleh 4,09 dengan kategori baik. Variabel kerja sama merupakan tindakan-tindakan yang dikoordinasi secara bersama-sama antara pemasok dan distributor dengan perusahaan yang dilakukan adalah hubungan kolaboratif yang strategis yang penting dalam pemasaran produk dan saling bekerjasama untuk mencapai hasil yang diinginkan. Kepercayaan dan kejujuran digunakan sebagai dimensi-dimensi penyusun kualitas suatu hubungan kerjasama. Ketika sebuah perusahaan percaya dengan mitra kerja samanya dan benar-benar memperlakukan mitra tersebut dengan adil, perusahaan tersebut akan memandang lebih hubungan tersebut sebagai aset strategi dan alat strategi yang memperkuat kemampuan bersaing perusahaan (Fitrianto dan Sudaryanto, 2016).

Proses Integrasi

Skor rata-rata variabel proses inetgrasi diperoleh 4,02 dengan kategori baik. Variabel proses integrasi merupakan integrasi dalam *supply chain* yang menunjukkan sebuah proses kerjasama yang kompleks antara perusahaan dengan pemasok dan pembeli yang mana bila dikelola akan dapat meningkatkan efisiensi dalam operasi perusahaan dan lebih jauh dapat meningkatkan profit perusahaan serta memberikan kepuasan bagi semua pihak (Aziz dan Dwiyanto 2017).

Analisis Kinerja Perusahaan

Kinerja perusahaan adalah suatu tampilan keadaan secara utuh atas perusahaan selama periode waktu tertentu, merupakan hasil atau prestasi yang dipengaruhi oleh kegiatan operasional perusahaan dalam memanfaatkan sumber daya yang dimiliki. Pengukuran kinerja perusahaan dibutuhkan kemampuan perusahaan untuk membuat standar yang diinginkan oleh pelanggan dengan mempertimbangkan biaya produksi dan pemeliharaan yang rendah. Pengukuran kinerja perusahaan merupakan usaha

memetakan strategi ke dalam tindakan pencapaian target tertentu, tidak hanya target akhir yang perlu diukur dan menjadi ukuran kinerja perusahaan, tetapi juga berkaitan dengan kompetensi dan proses yang telah dilaksanakan (Galib, 2018).

Tabel 3. Analisis Kinerja Perusahaan Kedai Upu

No	Kinerja Perusahaan	Skor	Kategori
1	Kinerja Keuangan	4,34	Sangat baik
2	Kinerja Operasional	3,95	Baik
	Kategori	4,14	Baik

Sumber: Analisis Data Primer (2024)

Kinerja Keuangan

Skor rata-rata variabel kinerja keuangan diperoleh 4,34 dengan kategori sangat baik. Kinerja keuangan adalah tingkat kesuksesan yang dicapai oleh perusahaan sehingga memperoleh hasil pengelolaan keuangan yang baik (Sanjana dan Rizky, 2020). Kinerja keuangan pada umumnya diukur dengan pengukuran berbasis data akuntansi, seperti pengukuran profitabilitas yang meliputi tingkat pengembalian atas penjualan (*return on sales*), dan tingkat perbaikan produktivitas kerja dan biaya produksi (Sari dan Azhar, 2016). Profitabilitas merupakan ukuran kemampuan perusahaan untuk menghasilkan pendapatan yang maksimum dengan biaya seminimal mungkin. Perbaikan produktivitas kerja merupakan upaya untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas dalam penggunaan sumberdaya perusahaan, terutama pada tenaga kerja yaitu karyawan. Efisiensi karyawan dilihat dari kemampuan karyawan dalam menggunakan sumber daya seperti waktu, tenaga kerja dan penggunaan fasilitas teknologi. Efektivitas mencakup kualitas hasil kerja karyawan, efektivitas karyawan dilihat dari kemampuan karyawan untuk mencapai tujuan dan hasil perusahaan yang diinginkan.

Kinerja Operasional

Skor rata-rata variabel kinerja operasional diperoleh 3,95 dengan kategori baik. Kinerja operasional umumnya dapat diukur menggunakan pengukuran seperti pangsa pasar (*market share*), peluncuran produk baru, kualitas produk/jasa, efektivitas pemasaran, dan kepuasan pelanggan. Pangsa pasar merupakan informasi yang memberikan gambaran penjualan dari perusahaan terhadap segmen pasar, manfaat dari pangsa pasar adalah memberikan gambaran kenaikan dan penurunan performa dari perusahaan. Peluncuran produk baru merupakan salah satu cara Kedai Upu menarik pelanggan, peluncuran produk baru akan menambah antusias pelanggan, dan peluncuran produk baru juga sebagai pembeda perusahaan dengan pesaing. Semua strategi peluncuran produk kualitas dan efektivitas pemasaran merupakan pengoptimalan upaya perusahaan dalam mencapai hasil yang diinginkan dan diupayakan. Kualitas pemasaran dilihat seberapa baik pesan produk atau merk produk disampaikan kepada target pasar. Efektivitas pemasaran dilihat dari sejauh mana tujuan pemasaran telah dicapai. Dalam kepuasan pelanggan perusahaan melakukan pelayanan yang baik pada pelanggan dan memenuhi atau memperbanyak produk yang dibutuhkan agar pelanggan tidak kesukahan mencari barang atau produk yang diinginkan, sehingga pelanggan merasa puas berbelanja di perusahaan. Kedai Upu juga memberikan promosi produk atau *reward* kepada pelanggan agar memberikan rasa nyaman pelanggan dalam berbelanja.

Analisis Hubungan SCM Terhadap Kinerja Perusahaan Kedai Upu

Tabel 4. Hubungan *Supply Chain Management* (SCM) Terhadap Kinerja Perusahaan Kedai Upu

No	Indikator	Sig.2 tailed	Koefisien korelasi	Keterangan
1	Pembagian Informasi	0,006	0,489	Signifikan
2	Hubungan Jangka Panjang	0,003	0,520	Signifikan
3	Kerja sama	0,000	0,647	Signifikan
4	Proses Integrasi	0,008	0,477	Signifikan

Sumber: Analisis Data Primer (2024)

Hubungan SCM Pembagian Informasi (X1) terhadap Kinerja Perusahaan

Hasil dari uji rank Spearman dapat diketahui korelasi antara pembagian informasi dengan kinerja perusahaan yaitu sebesar 0,489 yang menjelaskan bahwa nilai koefisien korelasi tersebut memiliki tingkat hubungan yang cukup kuat antara pembagian informasi dengan kinerja perusahaan, dan

tanda positif tersebut menunjukkan bahwa semakin bagus sistem pembagian informasi maka semakin bagus pula kinerja perusahaan. Nilai sig. (2-tailed) diperoleh sebesar $0,006 < 0,05$ yang berarti terdapat hubungan yang signifikan antara pembagian informasi dengan kinerja perusahaan. Hal ini juga sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Puspita (2021) dimana pembagian informasi berpengaruh terhadap kinerja perusahaan, dengan adanya pembagian informasi dapat menyebabkan kesinambungan dalam bekerja sehingga dapat berdampak positif terhadap kinerja perusahaan.

Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Nurul, 2017) yang menjelaskan bahwa pembagian informasi dapat membantu perusahaan memperbaiki efisiensi dan efektifitas rantai pasok, dan merupakan faktor yang paling penting untuk mencapai koordinasi yang efektif dalam rantai pasok serta menjadi pengendali di sepanjang rantai pasok. Pembagian informasi membawa dampak pada tingkat integrasi rantai pasokan yang tinggi karena pembagian informasi memungkinkan perusahaan untuk mempercepat pelayanan terhadap konsumen melalui kecepatan pengiriman dan kecepatan pengenalan produk ke pasar. Dengan adanya pembagian informasi maka kemacetan industri dapat dikurangi, pengiriman barang tepat waktu, dan meminimalkan biaya. Tingkat pembagian informasi berkaitan dengan tingkat kepentingan dan ketepatan informasi yang dikomunikasikan ke mitra bisnis dalam rantai pasokan. *Information sharing* merupakan salah satu faktor penting dalam implementasi manajemen rantai pasokan.

Hubungan SCM Hubungan Jangka Panjang (X2) terhadap Kinerja Perusahaan

Hasil dari uji rank Spearman dapat diketahui korelasi antara hubungan jangka panjang dengan kinerja perusahaan yaitu sebesar 0,520 yang menjelaskan bahwa nilai koefisien korelasi tersebut memiliki tingkat hubungan yang kuat antara hubungan jangka panjang dengan kinerja perusahaan, dan tanda positif tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi hubungan dengan pemasok dan distributor yang diterapkan semakin meningkatkan kinerja perusahaan. Nilai sig. (2-tailed) diperoleh sebesar $0,003 < 0,05$ yang berarti terdapat hubungan yang signifikan antara hubungan jangka panjang dengan kinerja perusahaan. Majid *et al* (2017) membuktikan jika hubungan jangka panjang mempunyai hubungan yang signifikan. Pengaruh yang signifikan bisa terjadi karena semakin lama perusahaan bekerja sama dengan pihak lain maka akan semakin mudah kedua belah pihak untuk saling memahami.

Sejalan dengan penelitian (Fitrianto *et al*, 2016) bahwa semakin tinggi hubungan jangka panjang dengan supplier dan distributor secara otomatis akan meningkatkan kinerja dari perusahaan tersebut dari segi komunikasi terkait dengan bahan baku yang akan dipesan dan digunakan, jadi dengan adanya hubungan jangka panjang antara perusahaan dengan supplier dan distributor maka akan semakin kuat dan akan meminimalisir kesalahan dalam pemesanan atau pengiriman barang itu semua dapat berjalan dengan baik maka secara otomatis kinerja perusahaan tersebut juga akan meningkat. Kinerja suatu perusahaan adalah bagian yang sangat penting dan harus diutamakan agar mendapat kepercayaan kedepannya.

Hubungan SCM Kerja sama (X3) terhadap Kinerja Perusahaan

Hasil dari uji rank Spearman dapat diketahui korelasi antara kerjasama dengan kinerja perusahaan yaitu sebesar 0,647 yang menjelaskan bahwa nilai koefisien korelasi tersebut memiliki tingkat hubungan yang kuat antara kerja sama dengan kinerja perusahaan, dan tanda positif tersebut menunjukkan bahwa semakin bagus kerja sama antara perusahaan Kedai Upu dengan distributor maka semakin baik kinerja perusahaan. Nilai sig. (2-tailed) diperoleh sebesar $0,000 < 0,05$ yang berarti terdapat hubungan yang signifikan antara kerja sama dengan kinerja perusahaan.

Kerja sama adalah suatu alternatif terbaik dalam mengelola rantai pasok secara optimal. Ketika sebuah perusahaan percaya dengan mitra kerja samanya maka satu perusahaan akan memandang lebih hubungan kerja sama tersebut sebagai aset strategik yang akan memperkuat kemampuan bersaing, adanya kerja sama dengan supplier yang dapat diandalkan akan menghasilkan pengertian dan pemahaman yang baik. Hal ini menunjukkan hubungan yang signifikan antara kerja sama terhadap kinerja perusahaan (Latuconsina dan Sariwating, 2020). Sistem pemasaran merupakan tahap akhir dari pencapaian manajemen suatu industri melakukan penetrasi ke wilayah konsumen agar dapat mengerti produk apa saja yang mereka butuhkan, dan untuk mewujudkan itu sistem pemasaran perlu melakukan integrasi secara vertikal. hal ini tidak hanya berarti bahwa perusahaan berubah secara ruang lingkup usaha karena melayani lebih banyak konsumen, akan tetapi juga berubah secara perilaku, jauh dari perilaku persaingan atau permusuhan dalam berhubungan dengan para pelaku yang ada di dalam rantai pasokan akan tetapi lebih memilih pola-pola kerja sama yang saling menguntungkan dan memiliki pola fisik untuk maju bersama (Nugroho, 2015).

Sejalan dengan penelitian Rachmawan (2018), kerja sama merupakan sebuah situasi yang ditandai ketika beberapa pihak bekerja bersama-sama untuk meraih tujuan yang menguntungkan bersama. Kerja sama yang efektif adalah suatu keinginan untuk mengembangkan hubungan yang akan menghasilkan *trust* (kepercayaan) dan komitmen. Pentingnya kerja sama distributor dengan perusahaan yang dibina dengan baik semakin disadari perusahaan, tidak hanya untuk kepentingan dalam jangka pendek tetapi juga untuk jangka panjang. Perusahaan dapat memperoleh banyak keuntungan dari kerja sama jangka panjang. Hal ini dirasakan dalam kondisi ketika perusahaan membutuhkan kiriman produk-produk untuk kebutuhan mendesak, distributor dapat segera memenuhi permintaan tersebut, karena hubungan yang telah terbina dengan baik selama ini. Hubungan baik *supplier* dengan perusahaan juga akan memberikan keuntungan pada ongkos pengiriman yang stabil, sehingga dapat mengurangi biaya secara lebih efisien.

Hubungan SCM Proses Integrasi (X4) terhadap Kinerja Perusahaan

Hasil dari uji rank Spearman dapat diketahui korelasi antara proses integrasi dengan kinerja perusahaan yaitu sebesar 0,477 yang menjelaskan bahwa nilai koefisien korelasi tersebut memiliki tingkat hubungan yang cukup antara proses integrasi dengan kinerja perusahaan, dan tanda positif tersebut menunjukkan bahwa suatu integrasi harus dapat dicapai bagi perusahaan yang berada pada jaringan manajemen rantai pasokan seluruh mata rantai pengadaan barang. Tujuan dari manajemen rantai pasok adalah untuk mengintegrasikan proses bisnis utama perusahaan mulai dari hubungan ke hulu (*upstreams*) dan ke hilir (*downstreams*) bahkan sampai ke pengguna akhir, melalui penyediaan produk, jasa dan informasi yang memberikan nilai tambah bagi konsumen dan *stakeholders* lainnya (Yusuf dan Soediantono, 2022).

Nilai sig. (2-tailed) diperoleh sebesar $0,008 < 0,05$ yang berarti terdapat hubungan yang signifikan antara proses integrasi dengan kinerja perusahaan. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Nashrullah (2019) juga menjelaskan bahwa peningkatan dalam proses integrasi dapat meningkatkan kinerja perusahaan. Integrasi dalam *supply chain* menunjukkan sebuah proses kerjasama yang kompleks antara perusahaan dengan pemasok dan pembeli yang mana bila dikelola akan dapat meningkatkan efisiensi dalam perusahaan dan berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan. Integrasi merupakan penggabungan bagian-bagian atau aktivitas hingga membentuk keseluruhan, integrasi dapat meningkatkan hubungan disetiap rantai nilai, memfasilitasi pengambilan keputusan, memungkinkan terjadinya pencipta nilai dan proses transfer dari suplier sampai ke pelanggan akhir.

KESIMPULAN

Kesimpulan yang dapat ditarik dari hasil penelitian dan didukung oleh teori-teori yang digunakan adalah : Hubungan SCM pembagian informasi terhadap kinerja perusahaan Kedai Upu yaitu terdapat hubungan cukup kuat yang berarti terdapat hubungan yang signifikan antara pembagian informasi dengan kinerja perusahaan. Hubungan SCM jangka panjang terhadap kinerja perusahaan Kedai Upu yaitu terdapat hubungan yang kuat yang berarti terdapat hubungan yang signifikan antara hubungan jangka panjang dengan kinerja perusahaan. Hubungan SCM kerja sama terhadap kinerja perusahaan Kedai Upu yaitu terdapat hubungan yang kuat yang berarti terdapat hubungan yang signifikan antara kerja sama dengan kinerja perusahaan. Hubungan SCM proses integrasi terhadap kinerja perusahaan Kedai Upu yaitu terdapat hubungan cukup kuat yang berarti terdapat hubungan yang signifikan antara proses integrasi dengan kinerja Perusahaan.

Berdasarkan kesimpulan di atas saran yang dapat diberikan sebagai berikut: Untuk mengatasi persediaan stok barang, perlu dilakukan informasi yang akurat mengenai SCM dalam penerapan kinerja perusahaan dan perlu adanya peningkatan kerjasama di Kedai Upu agar hubungan kerja sama terjalin dalam jangka panjang.

DAFTAR PUSTAKA

- Ariani, D., dan Dwiyanto, B. M. (2013). Analisis Pengaruh Supply Chain Management Terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Pada Industri Kecil dan Menengah Makanan Olahan Khas Padang Sumatera Barat). *Diponegoro Journal of Management*, 2, No 3, 1–10. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/djom>
- Aziz, R. T., & Dwiyanto, B. M. (2017). Analisis Pengaruh Longterm Relation, Information Sharing, Cooperation, Integration Process Terhadap Kinerja Supply Chain Management (Studi Pada

- Ukm Kabupaten Gresik) (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).
- Caroline, E. (2019). *Metode Kuantitatif*. Media Sahabat Cendekia.
- Fitrianto dan Sudaryanto. (2016). "Pengaruh *Supply Chain Management* Terhadap Kinerja Operasional Outlet" (Studi Pada Counter Handphone yang terdaftar di PT. Multikom Indonesia Cabang Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 5(2), 1–11.
- Galib (2018). Analisis Kinerja Perusahaan Dengan Menggunakan Pendekatan Balanced Scorecard Pada Pt. Bosowa Propertindo. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 2(1), 92-112.
- Herlindawati., (2015). Pengaruh kontrol diri, jenis kelamin, dan pendapatan terhadap pengelolaan keuangan pribadi mahasiswa pascasarjana universitas negeri surabaya. *Jurnal Ekonomi Pendidikan dan Kewirausahaan*.vol 03. No. 1, Tahun 2015.
- Junita dan Mukmin, (2022). Pengaruh Tingkat Pendidikan dan Penempatan Kerja terhadap Kinerja Pegawai pada Dp3ap2kb Kabupaten Bima. *Jurnal Manajemen*, 12(1), 96-108.
- Kumbadewi., (2021). Pengaruh umur, pengalaman kerja, upah, teknologi dan lingkungan kerja terhadap produktivitas karyawan. *E-journal Universitas Pendidikan Ganesa Jurusan Mnaajemen*. Volume 9 tahun 2021.
- Latuconsina dan Sariwating, (2020). Pengaruh dimensi dari supply chain management terhadap kinerja operasional toko komputer di kota Ambon. *Jurnal Cita Ekonomika*, 14(2), 67-80.
- Majid, *et al* (2020). Pengaruh kecakapan manajerial terhadap manajemen laba akrual dan riil. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Manajemen*, 16(1).
- Nashrullah, A. (2020). Pengaruh Supply Chain Management (Manajemen Rantai Pasokan) Terhadap Kinerja Perusahaan Pada Umkm Usaha Dagang Bahan Bangunan Kabupaten Sleman (Doctoral dissertation, Universitas Islam Indonesia).
- Neolaka, A. 2014. *Metode Penelitian dan Statistik*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nugroho, A. Z. (2015). Analisis Saluran Pemasaran Produk Susu Bubuk Kedelai (Studi Kasus: Industri Sumber Gizi Nabati, Pekanbaru). *PEKBIS*, 6(3), 208-217.
- Nurul, (2017). Pengaruh Information Sharing Terhadap Kinerja Supply Chain Management Dan Dampaknya Terhadap Kinerja Perusahaan (Doctoral Dissertation, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa).
- Puspita, (2021) "Analisis Pengaruh Information Sharing Dan Trust Terhadap Kinerja Supply Chain Management (Studi Pada PT Indonesia Nutritional Laboratories Bandung)." *Jurnal Ekonomi Dan Statistik Indonesia*, Vol.1, No.2, 28 Aug. Pp. 75-81
- Rachbini, W. (2019). Supply Chain Management Dan Kinerja Perusahaan. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 1(1), 23–30. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v1i1.7>
- Rachmawan, (2018) Pengaruh Manajemen Rantai Pasok Terhadap Kinerja Perusahaan Studi Kasus Carefour Ambarukmo Plaza Yogyakarta. *Jurnal Manajemen Operasi Fakultas Ekonomi UII*
- Ruslim, T. S. (2017). Analisis Pengaruh Supply Chain Management Terhadap Loyalitas Konsumen. *JIEMS (Journal of Industrial Engineering and Management Systems)*, 6(1).
- Sanjana dan Rizky, (2020). Analisis Profitabilitas Dalam Menilai Kinerja Keuangan. *E-Journal Universitas Islam Negeri Sumatera Utara*, 274–282.
- Sari dan Azhar. (2016). Pengaruh Supply Chain Management Terhadap Kinerja Perusahaan Melalui Keunggulan Bersaing. *Jurnal Ekonomi*, 21(3), 462-479.
- Wahdati., (2022). Pentingnya analisis jabatan dalam meningkatkan kompetensi organisasi. *Jurnal Economic Global Kajian Bisnis dan Manajemen*. Volume 7 Nomor 2 Edisi Agustus 2022.
- Yusuf dan Soediantono (2022). Supply chain management and recommendations for implementation in the defense industry: a literature review. *International Journal of Social and Management Studies*, 3(3), 63-77.