

**PRAKTIK *SUPPLY CHAIN MANAGEMENT* TERHADAP DAYA SAING UKM
MAKANAN RINGAN KOTA MAKASSAR DI ERA COVID-19**

*SUPPLY CHAIN MANAGEMENT PRACTICES AGAINST THE COMPETITIVENESS OF
SNACK OF SMEs IN MAKASSAR CITY AT THE ERA OF COVID-19*

Aidah Aabidah*¹, Mahyuddin¹, Pipi Diansari²

¹Program Pascasarjana Agribisnis Universitas Hasanuddin, Makassar

²Departemen Sosial Ekonomi Pertanian Universitas Hasanuddin, Makassar

*E-mail: aidah.aabidah@gmail.com

(Diterima 22-06-2022; Disetujui 21-07-2022)

ABSTRAK

Sejak pandemi Covid-19 menghantam Indonesia, tantangan UKM semakin berat karena tidak hanya harus berdaya saing tinggi tetapi bagaimana agar UKM bisa bertahan di tengah pandemi dan jangan sampai tutup. Maka dari itu, UKM perlu menciptakan keunggulan yang kompetitif yang berbeda dari pesaingnya. Salah satu upaya mewujudkan hal tersebut adalah dengan mengoptimalkan koordinasi pelaksanaan praktik SCM secara efektif dalam hal *strategic supplier partnership*, *customer relationship* dan *information sharing* sehingga dapat bertahan dalam persaingan bahkan memimpin di kondisi krisis pandemi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis *strategic supplier partnership*, *customer relationship* dan *information sharing* terhadap daya saing UKM Kota Makassar di era pandemi covid-19. Penelitian ini menggunakan analisis data *Structural Equation Modelling* (SEM) dengan software SmartPLS. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *strategic supplier partnership* tidak berpengaruh terhadap daya saing UKM Makanan Ringan Kota Makassar sedangkan *customer relationship* dan *information sharing* memiliki pengaruh terhadap daya saing UKM Makanan Ringan Kota Makassar di era covid-19.

Kata Kunci: UKM, Daya Saing, *Strategic Supplier Partnership*, *Customer Relationship*, *Information Sharing*

ABSTRACT

Since the Covid-19 pandemic hit Indonesia, the challenges of small and medium enterprises (SMEs) are getting tougher because they not only have to be highly competitive, but how to make the small and medium enterprises (SMEs) survive in the midst of a pandemic and don't let them close. Therefore, small and medium enterprises (SMEs) need to create a competitive advantage that is different from its competitors. One of the efforts to achieve this is by optimizing the coordination of the implementation of SCM practices effectively in terms of strategic supplier partnerships, customer relationships and information sharing so that they can survive in the competition and even lead in a pandemic crisis. This study aims to analyze strategic supplier partnerships, customer relationships, information sharing and postponement of the competitiveness of small and medium enterprises (SMEs) in Makassar City in the Covid-19 pandemic era. This study used Structural Equation Modeling (SEM) data analysis with SmartPLS software. The results of this study indicates that strategic supplier partnership has no effect on the competitiveness of Snack of small and medium enterprises (SMEs) in Makassar City while customer relationships and information sharing have an influence on the competitiveness of Snacks of small and medium enterprises (SMEs) in Makassar City in the Covid-19 era.

Keywords: UKM, Competitiveness, *Strategic Supplier Partnership*, *Customer Relationship*, *Information Sharing*

PENDAHULUAN

Usaha Kecil Menengah (UKM) merupakan salah satu pilar perekonomian Indonesia. Keberadaannya tidak bisa dihilangkan saat ini karena memiliki peran yang sangat penting terhadap pembangunan dan pertumbuhan ekonomi suatu negara. UKM juga berperan dalam mengurangi tingkat kemiskinan karena kemampuannya dalam membuka lapangan kerja baru sehingga mampu menyerap tenaga kerja. Sumbangan UKM yang signifikan tersebut semakin menguatkan perlunya kekuatan daya saing yang akan memberikan keunggulan kompetitif pada keberadaan usaha tersebut. Namun di era pandemi covid-19 UKM termasuk sektor yang terkena dampaknya khususnya sektor pangan yang memerlukan supplier yang cepat namun kesemuanya terdampak secara signifikan oleh pandemi. Maka dari itu, UKM Kota Makassar perlu menciptakan keunggulan yang kompetitif yang berbeda dari pesaingnya di masa pandemi covid-19 dengan mengoptimalkan koordinasi pelaksanaan *supply chain management* karena dapat menjamin tercapainya kepuasan konsumen akan produk akhir yang berkualitas, murah dan cepat diterima konsumen sehingga dapat meningkatkan keunggulan bersaing.

Daya saing adalah kemampuan untuk mengelola perubahan secara efektif dalam peningkatan pangsa pasar, pendapatan dan laba (Shaleha, 2018). Jumady dan Habiyadi (2020) menuturkan bahwa memiliki daya saing tinggi dapat dijadikan ujung tombak dalam mempertahankan pangsa pasar yang sangat ketat. Salah satu upaya mewujudkan hal tersebut adalah dengan mengoptimalkan koordinasi pelaksanaan *supply chain management* karena dapat menjamin tercapainya kepuasan konsumen akan produk akhir yang berkualitas, murah dan cepat diterima konsumen sehingga dapat meningkatkan keunggulan bersaing.

Supply Chain Management menurut Storer et al (2014) adalah sebuah strategi perusahaan atau organisasi dalam mengelola dan mengatur setiap proses bisnis yang berkaitan dalam menyalurkan barang mulai dari pemasok hingga sampai ke pelanggan secara efisien dan efektif. Banerjee & Mishra (2015) mengungkapkan bahwa manajemen rantai pasokan terbagi menjadi tiga konsep utama, yaitu hubungan dengan pelanggan, hubungan dengan pemasok dan faktor dalam perusahaan itu sendiri.

Strategic Supplier Partnership didefinisikan sebagai hubungan jangka

panjang antara perusahaan dan pemasoknya. Memilih pemasok merupakan kegiatan strategis, terutama apabila pemasok tersebut akan memasok item yang kritis yang akan digunakan dalam jangka panjang (Mbutia dan Rotich, 2014). Hubungan antara pelaku bisnis dengan pemasok harus selalu dipelihara dengan baik sebab tidak semua bahan baku dapat mereka penuhi sendiri sehingga dengan menjalin hubungan kerja sama dengan *supplier* agar stok bahan baku selalu terpenuhi dan bagaimana agar *supplier* juga ikut bertanggungjawab terhadap kualitas produk,

Customer Relationship terdiri atas seluruh rangkaian praktik yang digunakan untuk tujuan mengelola keluhan pelanggan, membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan dan meningkatkan kepuasan hingga menciptakan transaksi ulang hingga terbentuk loyalitas konsumen pelanggan (Mbutia dan Rotich, 2014). Menjalinkan hubungan dengan pelanggan sangat penting dalam manajemen rantai pasok. Hal ini dapat meningkatkan kualitas produk maupun kepuasan konsumen atas produk yang akan diterima (Agus dan Hassan, 2012).

Information sharing adalah intensitas dan kapasitas perusahaan dalam interaksinya untuk saling berbagi informasi baik non-formal maupun formal kepada mitra berkaitan dengan strategi-strategi bisnis bersama sehingga memungkinkan anggota rantai pasok untuk mendapatkan, menjaga, dan menyampaikan informasi yang dibutuhkan untuk memastikan pengambilan keputusan menjadi efektif (Yaqoub, 2012). Tingkat berbagi informasi dan kualitas informasi antara perusahaan dengan *supplier* pun perlu diperhatikan dengan baik agar informasi tersebut dapat digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan dan bisa menjadi sebuah keunggulan bagi perusahaan yang mampu menggunakannya dengan baik (Majid dan Dwiyanto, 2017)

Kebaruan penelitian ini dengan penelitian yang lain adalah penelitian ini dilakukan pada masa pandemi covid-19 yang dimana tentu sangat berpengaruh terhadap pelaku UKM. Perbedaan yang lain yaitu objek penelitian ini hanya berfokus pada UKM pengolahan makanan ringan berkemasan seperti aneka keripik, kue, roti, olahan kacang, tahu, jagung atau tempe di Kota Makassar. Berdasarkan hal tersebut, maka tujuan penelitian ini adalah untuk

menganalisis pengaruh *strategic supplier partnership*, *customer relationship*, dan *information sharing* terhadap daya saing UKM Makanan Ringan Kota Makassar di era covid-19.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di masa pandemi covid-19 pada Bulan Oktober 2021 berlokasi di UKM Makanan Ringan Kota Makassar. Pemilihan lokasi dipilih secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa kota Makassar merupakan pusat perekonomian Sulawesi Selatan yang tidak terlepas dari keberadaan dan eksistensi UKM. Variabel penelitian ini meliputi *strategic supplier partnership*, *customer relationship*, *information sharing* dan daya saing. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan teknik penarikan sampel yaitu *simple random sampling* dengan mengacu pada *sampling frame*. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu dengan menggunakan kuesioner online dan offline serta wawancara dengan pemilik UKM. Adapun pengukuran data pada keseluruhan pernyataan yang terdapat dalam kuesioner yang diajukan kepada responden menggunakan skala Likert (1-5) dimana angka 1 menunjukkan nilai terendah dan angka 5 menunjukkan nilai

tertinggi. Hasil data jawaban responden dari penyebaran kuesioner UKM kemudian diolah dan dianalisis menggunakan metode analisis data yaitu SEM (*Structural Equation Modeling*) dengan *software* smartPLS untuk melihat pengaruh *strategic supplier partenership*, *customer relationship* dan *information sharing* terhadap daya saing UKM Makanan Ringan Kota Makassar di era covid-19.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Ghozali (2014) menjelaskan bahwa nilai signifikansi dapat diperoleh dengan prosedur bootstrapping dan nilai t-statistic digunakan untuk menyatakan signifikansi konstanta variabel variabel laten eksogen mempengaruhi variabel laten endogen. Adapun kriteria pengujian yaitu jika nilai *p-value* pada signifikansi $\alpha < 0.05$ dan nilai t-hitung $> t$ -tabel (1.96), maka terdapat pengaruh yang signifikan dan sebaliknya.

Tabel 1. Koefisien Jalur dan Nilai T-Statistik

	Original Sample (O)	T- Statistics	P- Values
<i>Strategic Supplier Partnership -> Daya saing</i>	0.042	0.456	0.648
<i>Customer Relationship -> Daya Saing</i>	0.506	5.365	0.000
<i>Information Sharing -> Daya Saing</i>	0.424	4.265	0.000

Sumber : Data Diolah (2022)

Hasil penelitian pada Tabel 1 terlihat bahwa *strategic supplier partnership* memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap daya saing UKM Makanan Ringan Kota Makassar di era covid-19. Hubungan yang tidak signifikan mengindikasikan bahwa penerapan *strategic supplier partnership* antara pelaku UKM makanan ringan Kota Makassar dengan *supplier* di era pandemi covid-19 tidak memberikan pengaruh besar terhadap peningkatan daya saing UKM. Dalam artian bahwa *strategic supplier partnership* tidak dapat dijadikan ujung tombak dalam mempertahankan usaha mereka di era pandemi covid-19. Diperlukan strategi-strategi lain agar perusahaan memiliki daya saing tinggi sehingga mampu bertahan dan tidak akan tergusur di pasaran khususnya di situasi dan kondisi yang sangat tidak menentu seperti saat ini. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan sebelumnya oleh Kurniawan dkk (2018) yang menyatakan bahwa praktik manajemen rantai pasok yang terdiri atas hubungan stratejik dengan *supplier*, hubungan pelanggan, pertukaran informasi, praktik penundaan, penggunaan teknologi dan kualitas pertukaran informasi tidak

mempunyai pengaruh positif terhadap keunggulan daya saing,

Customer Relationship berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing UKM Makanan Ringan Kota Makassar Di Era Covid-19. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin baik penerapan *customer relationship* yang dilakukan pelaku UKM meliputi kepuasan pelanggan, berorientasi masa depan, kesesuaian permintaan, layanan pengaduan, akurasi dan kecepatan dalam mengirimkan produk ke pelanggan UKM akan mampu memahami ekspektasi dan peluang pasar sehingga keunggulan bersaing semakin meningkat khususnya di era pandemi covid-19 Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Nurdianti et al (2017) yang menyimpulkan bahwa *customer relationship* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. Maka dari itu, di masa pandemi, sangat penting untuk selalu menjaga dan meningkatkan hubungan baik dengan pelanggan agar keberlangsungan usaha tetap terjaga dan tetap mampu bertahan dalam persaingan bahkan memimpin di situasi dan kondisi yang tidak menentu ini.

Information sharing berpengaruh terhadap daya saing UKM makanan

ringan Kota Makassar di era covid-19. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin baik penerapan *information sharing* yang dilakukan baik itu dari segi kualitas informasinya, level informasi itu sendiri dan seberapa lengkap informasi yang diberikan antara pelaku UKM makanan ringan Kota Makassar dan *suppliernya* di era covid-19 maka akan semakin meningkat pula daya saing UKM tersebut sehingga akan memberikan keunggulan tersendiri dibandingkan dengan pesaing lainnya. Di masa pandemi covid-19 saat ini penerapan *information sharing* yang baik antara pelaku usaha dan supplier sebagai mitra usaha tentu akan berdampak pada kemampuan UKM untuk dapat terus bertahan dan melihat peluang pasar serta dapat merespon perubahan pasar dengan cepat sehingga bisnis usaha mereka tidak tutup atau gulung tikar. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sanjaya (2016) yang mengungkapkan bahwa pembagian informasi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing perusahaan

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan

yaitu *customer relationship* dan *information sharing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing usaha kecil menengah makanan ringan di Kota Makassar di era covid-19. *Strategic supplier partnership* berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap daya saing UKM makanan ringan Kota Makassar di era covid-19.

Saran

Sebaiknya pelaku UKM sebisa mungkin untuk mengikutsertakan *supplier* dalam membuat perencanaan strategis usaha mereka sehingga tercipta hubungan yang lebih erat antara supplier dan pemilik usaha di masa depan yang akan berdampak pada keberlangsungan usaha yang dijalankan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus, A & Hassan, Z. (2012). The Power Of Customer Relationship Management In Enhancing Product Quality And Customer Satisfaction. *International Proceedings Of Economics Development & Research*, 39: 102-107.
- Banerjee, M., & Mishra, M. (2017). Retail Supply Chain Management Practices In India: A Business Intelligence Perspective. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 34 : 248–259.
- Ghozali, Imam. (2014). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.

- Jumady, Edy & Hasbiyadi. (2020). Peran Mediasi Keunggulan Bersaing Pada Pengaruh Integrasi Internal Dan Eksternal Supply Chain Dalam Upaya Peningkatan Kinerja Usaha Kecil Menengah. *Jurnal Wawasan Manajemen*, 8(2) : 125-133.
- Kurniawan, S. Mangunwihardjo, & Perdhana. (2018). Analisis Pengaruh Kemampuan Perusahaan, Daya Respon Rantai Pasok, Dan Praktik Manajemen Rantai Pasok Terhadap Keunggulan Bersaing Dan Kinerja Perusahaan (Studi Pada Rantai Pasok Pelumas Jawa Tengah). *Jurnal Bisnis Strategi*, 27(2) : 150-166.
- Majid, A.M.F & Dwiyanto, B.M. (2017). Relationship, Information Sharing, Trust, Dan Process Integration Terhadap Kinerja Supply Chain Management (Studi Pada Industri Knalpot Di Purbalingga). *Disertasi*, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Diponegoro.
- Mbuthia., G. M & Rotich, G. (2014). Effects Of Supply Chain Management Practices On Competitive Advantage In Retail Chain Stores In Kenya, A Case Study Of Nakumatt Holding Limited. *European Journal of Business Management*, 2(1) : 1 – 13.
- Nurdianti, Andini Ratih, Heru Prastawa & Wiwik, Budiawan (2017). Analisa Pengaruh Praktek Manajemen Rantai Pasok Terhadap Keunggulan Kompetitif Dan Kinerja Organisasi Pada UMKM Handycraft Dan Tas Di Semarang. *Industrial Engineering Online Journal*, 6 (2): 1-11.
- Sanjaya, Calvin Ferdinan. (2016). Praktik Manajemen Rantai Pasok Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Minimarket Di Surabaya. *Konferensi Nasional Riset Manajemen X “Akselerasi Daya Saing Menuju Keunggulan Organisasi Yang Berkelanjutan”* Lombok
- Shaleha, Yastrien Destriputr. (2017). Model Peningkatan Daya Saing Ukm Susu Di Kabupaten Bogor,. *Skripsi*, Fakultas Ekonomi Dan Manajemen, Institut Pertanian Bogor.
- Storer M. , Hyland P. , Ferrer M. , Santa R., Griffiths A. (2014). Strategic Supply Chain Management Factors Influencing Agribusiness Innovation Utilization. *The International Journal of Logistics Mangement*, 25(3): 487-521.
- Yaqoub, A. M. (2012). Pengaruh Mediasi Kepercayaan Pada Hubungan Antara Kolaborasi Supply Chain, Dan Kinerja Operasi. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 14(2): 138-146.