

Yohana Marianty

by UNITRI Press

Submission date: 06-Jun-2024 02:52AM (UTC-0500)

Submission ID: 2300231257

File name: Yohana_Marianty.docx (165.55K)

Word count: 1852

Character count: 12497

**PENGARUH ¹⁶ SUPPLY CHAIN MANAGEMENT (SCM) TERHADAP
KUALITAS PRODUK KERUPUK SINGKONG PADA
USAHA KERUPUK SARI KENTANG BAROKAH
⁶ KECAMATAN DAU KABUPATEN MALANG**

SKRIPSI



Oleh:

YOHANA MARIANTY

2020120138

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS TRIBHUWANA TUNGGADEWI
MALANG**

2024

RINGKASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Strategic Supplier Partnership*, *Customer Relationship*, dan *Level Of Information Sharing* terhadap Kualitas Produk Pada Usaha Kerupuk Sari Kentang Barokah Kecamatan Dau, Kabupaten Malang. Strategi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif deskriptif. Sampel penelitian adalah karyawan operasional Perusahaan Kerupuk Sari Kentang Barokah yang berjumlah 34 orang. Metode analisis data yang digunakan adalah Analisis Regresi Linier Berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Strategic Supplier Partnership* berpengaruh signifikan terhadap Kualitas Produk dengan nilai t_{hitung} sebesar 1,693, *Customer Relationship* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kualitas Produk dengan nilai t_{hitung} sebesar 2,155, *Level Of Information Sharing* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Kualitas Produk dengan nilai t_{hitung} sebesar -0,664. Hasil secara simultan diketahui bahwa *Strategic Supplier Partnership*, *Customer Relationship*, dan *Level Of Information Sharing* berpengaruh signifikan terhadap Kualitas Produk dengan nilai f_{hitung} sebesar (8,200). Hasil penelitian ini dapat dipahami bahwa adanya *Strategic Supplier Partnership* dan *Customer Relationship* mampu meningkatkan Kualitas Produk yang dihasilkan. Sementara itu, adanya *Level Of Information Sharing* dapat mengurangi Kualitas Produk yang akan dihasilkan.

Kata Kunci: *Strategic Supplier Partnership*, *Customer Relationship*, *Level Of Information Sharing*, Kualitas Produk.

4
BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pembangunan ekonomi merupakan proses berkelanjutan yang akan terus berkembang secara bertahap dan terus-menerus. Setiap pelaku bisnis senantiasa berinovasi dalam menghasilkan produk yang mereka hasilkan. Para pelaku bisnis perlu memikirkan praktik bisnis yang selaras dengan proses produksi mereka untuk menjamin hasil produksi yang memadai dan memenangkan kepercayaan pelanggan. Produktivitas merupakan indikator utama seberapa baik kinerja suatu kegiatan operasional. Gunawan (2016) menegaskan bahwa produktivitas merupakan indikator yang membantu dalam mencapai tujuan.

Dalam skenario ini, setiap pelaku perusahaan harus mampu memaksimalkan kualitas layanan mereka untuk menarik klien. Produk dengan kualitas unggul akan membantu perusahaan dalam membangun reputasi yang baik dengan pelanggan. Pelanggan akan senang dan yakin dengan produk-produk unggul ini. Produsen perlu memikirkan seberapa senangnya pelanggan mereka (Padmantyo dan Saputra, 2017). Pendekatan, struktur, fungsi, dan desain suatu produk semuanya berkontribusi pada kualitas keseluruhannya. Kalam et al. (2017) menyatakan bahwa perubahan yang dilakukan pada desain dan spesifikasi produk seperti yang berkaitan dengan daya tahan, cacat, penyelesaian, dan pengujian daya tahan, akan menentukan seberapa baik produk tersebut selaras dengan kualitas.

Memastikan bahwa produk yang dihasilkan memenuhi standar perusahaan dan harapan konsumen, bisnis harus menerapkan tiga sistem pengendalian mutu yang sesuai, memiliki tujuan dan tahapan yang jelas serta menunjukkan inovasi dalam

mencegah dan menyelesaikan masalah. (Padmantlyo & Saputra, 2017). Selain masalah yang berkaitan dengan produk, manajemen rantai pasokan (SCM) menjadi aspek yang semakin penting dalam persaingan perusahaan saat ini. Agar semua operasi bisnis mencapai tingkat kualitas produk yang dibutuhkan, manajemen rantai pasokan, atau SCM sangat penting.

Memastikan kualitas produk yang optimal, diperlukan proses yang dirancang dengan baik, mulai dari perencanaan bahan baku hingga pembuatan barang yang layak dipasarkan. Langkah yang perlu dilakukan sebelum mencapai hasil yang diharapkan adalah memastikan bahwa pasokan produk telah terpenuhi. Menurut Rifqi (2020), perusahaan harus memenuhi tujuannya dengan memuaskan pelanggan, membuat produk tepat waktu, mengurangi biaya inventaris dan pengiriman produk, serta mengelola industri dengan baik.

Setiap aktivitas manajemen rantai pasokan (SCM) yang dilakukan perusahaan harus dipikirkan dengan matang. Implementasi Manajemen Rantai Pasokan (SCM) yang tepat diperlukan untuk menyelesaikan aktivitas industri dan menyediakan bahan baku. ¹ Manajemen rantai pasokan adalah proses koordinasi setiap langkah rantai pasokan dari bahan baku hingga barang jadi dan kembali ke kepuasan pelanggan. Ini memerlukan pengawasan beberapa proses yang dilakukan untuk mendapatkan bahan baku, mengubahnya menjadi barang dalam proses dan akhirnya mengirimkan barang jadi kepada klien melalui jaringan distribusi (Heizer dan Render 2017:529).

Manajemen rantai pasokan (SCM) ¹ didefinisikan sebagai jaringan bisnis yang terlibat dalam hubungan hulu dan hilir dalam berbagai proses dan aktivitas yang

memberikan nilai kepada konsumen dalam bentuk produk dan layanan, menurut Metters (1997) dalam Karimi dan Rafiee (2014). Setiap produk yang diproduksi korporasi harus memiliki kaliber terbesar sementara komoditas yang dihasilkan selama operasi manufaktur juga harus memiliki kaliber terbaik. Semua operasi manufaktur harus menempatkan premi tinggi pada kontrol kualitas karena konsumen akan selalu lebih tertarik untuk membeli produk berkualitas tinggi. Sebuah teknik yang dikenal sebagai manajemen rantai pasokan, atau SCM, menghubungkan semua pihak yang terlibat dalam distribusi bahan baku dan konversi bahan baku menjadi barang jadi dalam semua kegiatan komersial. Meskipun mekanisme ini seharusnya membantu bisnis dalam mencapai tujuan mereka, pelaku bisnis sering menghadapi berbagai tantangan selama proses manufaktur dan distribusi.

Pelaku usaha dapat menjamin ketersediaan bahan baku, kualitas produk yang diatur secara ketat dan proses produksi yang lancar dengan menerapkan manajemen rantai pasokan (SCM) yang efektif. Hal ini akan menguntungkan prospek pertumbuhan jangka panjang, daya saing, dan citra merek industri keripik talas. Salah satu hasil dari metode manajemen rantai pasokan adalah terjalinnya hubungan jangka panjang antara industri dan pemasok. Hasilnya, setiap orang yang terlibat dapat mengembangkan kemitraan yang langgeng dan berkelanjutan (Wicaksono, 2021). Peningkatan kualitas produk dapat dilihat dari interaksi antara pemasok dan produsen yang menyediakan bahan baku yang dibutuhkan untuk produksi. Untuk mencapai hasil yang optimal, proses produksi perusahaan diharapkan dapat menggunakan sumber daya secara efektif dan efisien (Herawati

dan Mulyani, 2016). Kolaborasi ini lebih dari sekadar transaksi bisnis; ini tentang bekerja sama, berbagi pengetahuan dan mendorong satu sama lain menuju tujuan bersama. Hubungan antara pemasok dan pelanggan, yang merupakan target pasar produk, harus diperhitungkan saat menilai kualitas produk tertentu.

Hubungan pelanggan mengharuskan perusahaan untuk memahami, memelihara, dan meningkatkan interaksi mereka dengan pelanggan. Jika hubungan pelanggan dengan pesaing tidak terjalin dengan baik, kemungkinan besar mereka akan segera beralih. Peralihan klien sangat mungkin terjadi karena pelaku perusahaan tidak dapat memahami perubahan keinginan dan ambisi pelanggan (Sudarwati dan Izzarty, 2022).

Komunikasi yang kurang baik antara pemasok dan pelaku usaha merupakan salah satu permasalahan yang dihadapi dunia usaha. Pemasok yang kurang jelas mengenai ketersediaan bahan baku dapat memaksa pelaku usaha untuk membayar lebih mahal atas barang tersebut karena keterbatasan pasokan dan permintaan yang mendesak dari pelaku usaha. Keadaan ini memengaruhi keterlambatan penerimaan barang yang sering kali tidak sesuai dengan jadwal atau kontrak yang telah ditetapkan. Pembagian informasi dapat berdampak signifikan terhadap kerja sama, produktivitas, dan pengambilan keputusan dalam memberikan kesepakatan terbaik kepada klien. Untuk memperkuat posisi perusahaan, tindakan yang dipilih harus konsisten dengan tujuan organisasi (Gunawan dan Anggraeni, 2017). Berikut ini adalah lima dimensi manajemen rantai pasokan (SCM): hubungan pelanggan (hubungan dengan pelanggan); tingkat pembagian informasi (pentingnya pembagian informasi dengan mitra bisnis dalam rantai pasokan); kualitas

pembagian informasi (kualitas pembagian informasi); dan keterlambatan (delays). Kemitraan pemasok strategis (hubungan jangka panjang antara perusahaan dan pemasok). Hal ini, sebagaimana dinyatakan oleh Li et al. (2006) dalam Adhilla (2018), merupakan aspek-aspek SCM. Potato Crackers Barokah Business mendasarkan kualitas produk kerupuk singkongnya pada tiga faktor: tingkat penyebaran informasi, koneksi pelanggan, dan aliansi pemasok strategis. Secara bersama-sama, faktor-faktor ini menciptakan perusahaan kerupuk singkong yang berkualitas tinggi dan responsif terhadap kebutuhan pelanggan.

Tabel 1. 1 Keterlambatan Bahan Baku

Sumber Data: Usaha Kerupuk Sari Kentang Barokah

Tanggal Keterlambatan	Jumlah Singkong/Kg	Alasan Keterlambatan
10 Jan 2024	400	Cuaca buruk (hujan lebat)
25 Jan 2024	250	Keterlambatan pengiriman dari <i>Supplier</i>
3 Feb 2024	600	Cuaca buruk (hujan lebat)
18 Feb 2024	350	Cuaca buruk (hujan lebat)
5 Mar 2024	500	Keterlambatan pengiriman dari <i>supplier</i>
15 Mar 2024	300	Keterlambatan pengiriman dari <i>supplier</i>

Berdasarkan tabel 1.1 keterlambatan bahan baku singkong yang akan diproduksi memiliki penyebabnya sendiri per bulannya. Keterlambatan bahan baku singkong selama bulan Januari sampai Maret. "Tanggal Keterlambatan"

menunjukkan tanggal ketika bahan baku singkong tiba terlambat. "Jumlah Singkong (kg)" adalah jumlah singkong yang terlambat pada setiap insiden. Dalam hal ini keterlambatan bahan baku menyebabkan terhambatnya kegiatan produksi maka akan mengurangi kualitas produk itu sendiri.

Kualitas barang yang akan dijual dan operasi industri dapat menurun jika penerapan manajemen rantai pasokan (SCM) yang tidak memadai disorot. Karena masalah stok akhir yang berlebihan, biaya penyimpanan meningkat, sehingga meningkatkan biaya keseluruhan operasi distribusi bisnis. Biaya meningkat seiring lamanya waktu produk dalam proses transfer. Kualitas produk akhir dapat menurun akibat kesalahan yang dibuat dalam rantai pasokan. Kerugian bisnis akan dipengaruhi oleh perbedaan antara produk yang dikirim dan yang diantisipasi. Penerapan rantai pasokan yang tepat dapat meningkatkan produksi dan menghasilkan produk berkualitas lebih tinggi, yang dapat memacu pengembangan perusahaan lebih lanjut.

Perusahaan Barokah Potato Crackers Business memproduksi bahan baku utamanya, yaitu umbi singkong asli, yang kemudian diolah menjadi jajanan pasar yang digemari. Untuk menjamin jajanan yang dibuat dari umbi singkong memiliki mutu terbaik dan diminati konsumen, maka diperlukan penyediaan bahan baku dasar dan bahan penolong selama proses pembuatan. Selama proses produksi, penumpukan barang di gudang dapat menghambat inisiatif pemasaran. Banyaknya barang yang belum siap dijual, kekurangan bahan baku yang tidak dapat diolah, dan keterlambatan dalam mengolah bahan baku merupakan masalah lain yang mungkin terjadi terkait produksi.

Perusahaan kerupuk singkong ini telah beroperasi selama hampir 7 tahun, dan selama itu pula telah ¹⁴ menciptakan dan memperluas lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar. Sebanyak enam kuintal singkong dihasilkan setiap harinya oleh operasi produksi harian. Distribusi setiap bahan baku terkadang menemui sejumlah kendala dalam Usaha Kerupuk Kentang Barokah, yang mengakibatkan terhentinya produksi untuk sementara waktu. Kendala yang sering ditemui antara lain terbatasnya transparansi pemasok mengenai hasil produksi singkong yang tidak dapat dipasok setiap hari, kondisi cuaca yang tidak mendukung sehingga menghambat produksi, dan pelaku usaha yang menunda produksi. Hal ini dapat menghambat seluruh operasi produksi maupun operasi distribusi.

Berdasarkan uraian ¹ latar belakang di atas peneliti melakukan penelitian dengan judul **"PENGARUH *SUPPLY CHAIN MANAGEMENT* (SCM) TERHADAP KUALITAS PRODUK KERUPUK SINGKONG PADA USAHA KERUPUK SARI KENTANG BAROKAH KECAMATAN DAU ⁷ KABUPATEN MALANG"**.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah penelitian in adalah:

- 1) Apakah *strategic supplier partnerships* berpengaruh terhadap kualitas produk kerupuk singkong pada Usaha Kerupuk Sari Kentang Barokah?
- 2) Apakah *customer relationship* berpengaruh terhadap kualitas produk kerupuk singkong pada Usaha Kerupuk Sari Kentang Barokah?
- ¹ 3) Apakah *Level of information sharing* berpengaruh terhadap kualitas produk kerupuk singkong pada Usaha Kerupuk Sari Kentang Barokah?

8 1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini yaitu:

- 1) Untuk mengetahui *strategic supplier partnerships* berpengaruh terhadap kualitas produk kerupuk singkong pada Usaha Kerupuk Sari Kentang Barokah.
- 2) Untuk mengetahui *customer relationship* berpengaruh terhadap kualitas produk kerupuk singkong pada Usaha Kerupuk Sari Kentang Barokah.
- 1 3) Untuk mengetahui *Level of information sharing* berpengaruh terhadap kualitas produk kerupuk singkong pada Usaha Kerupuk Sari Kentang Barokah.

5 1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah:

1. Manfaat Akademis

Studi ini akan membantu para peneliti dan pemangku kepentingan lainnya untuk lebih memahami gagasan Manajemen Rantai Pasokan (SCM) kontemporer. Agar para peneliti lain dapat memanfaatkan keahlian dan materi studi ini sebagai sumber daya untuk penelitian mereka sendiri di masa mendatang, studi ini juga dimaksudkan untuk memperluas basis pengetahuan mereka.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Studi ini merupakan proyek puncak tentang nilai Manajemen Rantai Pasokan (SCM) dalam meningkatkan mutu barang yang diproduksi oleh suatu organisasi. Selain itu, studi ini menawarkan kesempatan bagi para peneliti untuk memperluas dan mempelajari lebih lanjut tentang informasi yang telah

mereka pelajari dalam kuliah sehingga mereka dapat menggunakannya secara efektif di tempat kerja.

b. Bagi Pemilik Usaha

Hasil penelitian ini dapat membantu pemilik perusahaan mengelola dan mengembangkan perusahaan mereka dengan menawarkan rekomendasi dan umpan balik yang bermanfaat.

c. Bagi Pihak Lain

Menyediakan lebih banyak pengetahuan dan data yang dapat digunakan oleh pembaca dan sumber penelitian lainnya sebagai referensi ketika mereka ingin melakukan penelitian sejenis.

Yohana Marianty

ORIGINALITY REPORT

15%

SIMILARITY INDEX

14%

INTERNET SOURCES

7%

PUBLICATIONS

4%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	digilib.unila.ac.id Internet Source	4%
2	journal.binadarma.ac.id Internet Source	3%
3	dspace.uii.ac.id Internet Source	1%
4	docplayer.info Internet Source	1%
5	repository.upnyk.ac.id Internet Source	1%
6	rinjani.unitri.ac.id Internet Source	1%
7	docobook.com Internet Source	1%
8	repository.unmuhjember.ac.id Internet Source	1%
9	Kurnialih, Endang Silaningsih, Erni Yuningsih, Tini Kartini. "KEPUTUSAN PEMBELIAN	1%

MELALUI CITRA MEREK PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK", Jurnal Visionida, 2023

Publication

10	Submitted to St. Ursula Academy High School Student Paper	1 %
11	repository.ub.ac.id Internet Source	1 %
12	artikelpendidikan.id Internet Source	<1 %
13	pdfcoffee.com Internet Source	<1 %
14	repository.radenintan.ac.id Internet Source	<1 %
15	www.slideshare.net Internet Source	<1 %
16	Hansly Tunjang. "Peran Penting Manajemen Rantai Pasokan Dalam Meningkatkan Kualitas Produksi pada Pabrik Mie di Palangka Raya", Jurnal Manajemen Sains dan Organisasi, 2022 Publication	<1 %

Exclude quotes On

Exclude matches Off

Exclude bibliography On

Yohana Marianty

PAGE 1

PAGE 2

PAGE 3

PAGE 4

PAGE 5

PAGE 6

PAGE 7

PAGE 8

PAGE 9

PAGE 10

PAGE 11
