

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1 Landasan Teori**

##### **2.1.1 Konsep Manajemen Rantai Pasokan**

Manajemen rantai pasokan adalah manajemen rantai pasokan dan pembeli, yang mencakup semua tahapan proses, mulai dari perolehan bahan baku hingga distribusi produk jadi hingga ke pengguna akhir. Manajemen rantai pasokan adalah integrasi kegiatan pembelian bahan dan jasa, transformasi mereka menjadi produk setengah jadi dan jadi, dan pengiriman mereka ke konsumen. Tujuan dari fase ini adalah untuk membangun rantai pasokan yang berfokus pada penciptaan nilai terbaik bagi pelanggan. Menjadikan mitra pemasok dalam strategi perusahaan untuk merespons pasar yang selalu berubah adalah kunci manajemen rantai pasokan yang efektif Heizer et al., (2009).

Ma'arif dan Tanjung (2006) menyatakan bahwa manajemen rantai pasok merupakan perpanjangan dari manajemen logistik. Manajemen logistik mencakup perusahaan, pemasok, dan pelanggan. Meskipun manajemen rantai pasokan memiliki bidang tindakan yang lebih luas, yaitu antara pemasok, perusahaan, pelanggan, grosir dan pengecer terintegrasi untuk memperbaikinya.

Simichi-Levi dkk. (2007) mendefinisikan *supply chain management* sebagai suatu pendekatan yang digunakan untuk secara efektif menghubungkan pemasok, kontraktor, gudang dan bagian gudang lainnya (distributor, retailer dan retailer) sehingga produk dapat diproduksi dan didistribusikan dalam jumlah yang tepat, tempat dan waktu yang tepat untuk memangkas biaya dan memenuhi kebutuhan pelanggan. Definisi ini didasarkan pada beberapa faktor:

1. Manajemen rantai pasok harus mempertimbangkan bahwa semua fungsi, mulai dari pemasok, produsen, gudang, distributor, pedagang hingga

pengecer, memengaruhi biaya produk yang diproduksi sesuai dengan kebutuhan pelanggan.

2. Tujuan dari *supply chain management* adalah untuk memperbaiki dan meningkatkan total biaya semua bagian, mulai dari transportasi dan distribusi bahan baku, barang dalam proses dan barang jadi, sehingga mengurangi biaya.
3. Manajemen rantai pasokan berputar di sekitar integrasi yang efektif dari pemasok, produsen, gudang, distributor, pengecer dan reseller dan mencakup semua fungsi perusahaan dari operasional strategis ke tingkat taktis.

Siagian (2005) menyatakan bahwa ada dua masalah utama dalam manajemen rantai pasok. Pertama, manajemen rantai pasokan adalah kerjasama kooperatif dari setiap bagian atau proses dari siklus produksi. Kedua, manajemen rantai pasokan harus mencakup semua fungsi siklus produksi. Ruang lingkup manajemen rantai pasokan meliputi:

1. Rantai pasok mencakup semua fungsi aliran dan transformasi barang, dari bahan baku hingga distribusi ke pelanggan, termasuk aliran informasi. Aliran bahan baku dan informasi merupakan bagian dari rantai pasokan.
2. *Supply chain* sebagai suatu sistem dimana organisasi mendistribusikan barang-barang produksi.

### **2.1.2 Kinerja Rantai Pasokan**

Menurut Pujawan (2005), rantai pasokan adalah jaringan perusahaan yang bekerja sama untuk menghasilkan suatu produk dan mengirimkannya ke tujuan akhir. Perusahaan-perusahaan ini biasanya mencakup pemasok, produsen, distributor, toko atau pengecer, serta perusahaan pendukung seperti jasa logistik.

Menurut Russell dan Taylor (2003), rantai pasok mencakup semua aktivitas yang berhubungan dengan aliran dan transformasi barang dan jasa

dari bahan baku menjadi produk jadi bagi pelanggan. Tujuan dari rantai pasokan adalah kepuasan pelanggan. Rantai pasokan mencakup empat proses utama: menerima pesanan pelanggan, membeli bahan baku dan komponen pendukung dari pemasok, membuat pesanan, dan memenuhi pesanan.

Ada beberapa pemain kunci dalam rantai pasokan yang merupakan perusahaan dengan minat yang sama dengan Indrajit dan Djokopranoto, (2016) yaitu :

1. *Suppliers*

Merupakan sumber yang menyediakan bahan pertama. Bahan pertama ini bisa dalam bentuk bahan baku, bahan mentah, bahan penolong, bahan dagangan, *subassemblies*, suku cadang, dan sebagainya.

2. *Suppliers – Manufacturer*

*Manufacturer* atau bentuk lain yang melakukan pekerjaan membuat, memfabrikasi, mengasembling, merakit, dan mengkonversikan, atau pun menyelesaikan barang (*finishing*). Hubungan kedua rantai sudah mempunyai potensi untuk melakukan penghematan. Penghematan dapat diperoleh dari *inventories* bahan baku, bahan setengah jadi, dan bahan jadi yang berada di pihak *suppliers*, *manufacturer*, dan tempat transit merupakan target untuk penghematan ini.

3. *Supplier – Manufacturer – Distribution*

Barang sudah jadi yang dihasilkan oleh *manufacturer* sudah mulai harus disalurkan kepada pelanggan. Penyaluran barang dilakukan melalui distributor. Barang dari pabrik melalui gudangnya disalurkan ke gudang distributor atau *wholesaler* atau pedagang besar dalam jumlah besar, dan pedagang besar menyalurkan dalam jumlah yang lebih kecil kepada *retailers* atau pengecer.

4. *Supplier – Manufacturer – Distribution - Retail Outlets*

Pedagang besar biasanya mempunyai fasilitas gudang sendiri yang digunakan untuk menimbun barang sebelum disalurkan lagi ke pihak pengecer. Walaupun ada beberapa pabrik yang langsung menjual barang hasil produksinya kepada konsumen, namun secara realtif jumlahnya tidak banyak dan kebanyakan menggunakan pola seperti di atas.

5. *Supplier – Manufacturer – Distribution – Retailer Outlets – Customers*

Konsumen adalah mata rantai terakhir dalam rantai pasokan. Pengecer atau distributor ini menawarkan produknya langsung kepada pelanggan atau pembeli atau pengguna barang tersebut.

Menurut Heizer dan Render (2005), ketika merakit suatu produk, perusahaan memiliki dua pilihan untuk memasok bahan baku, yaitu keputusan. (*make or buy decision*).

Ada beberapa faktor yang menjadi pertimbangan dalam keputusan Buat atau beli:

1. Alasan untuk membuat
  - a. Mempertahankan kompetensi inti
  - b. Tidak ada tindakan merugikan terhadap pemasok
  - c. Pastikan pasokan yang cukup (kuantitas atau pengiriman)
  - d. Gunakan tenaga atau fasilitas tambahan dan berikan kontribusi kecil
  - e. Dapatkan kualitas yang Anda inginkan
  - f. Melindungi karyawan dari pemutusan hubungan kerja
  - g. Pengadaan Produk Khusus yang Mensyaratkan Hubungan yang Dilarang dengan Pemasok
  - h. Melindungi desain atau kualitas sebagai pemilik
2. Alasan untuk membeli
  - a. Memberikan manajemen kesempatan untuk fokus pada kompetensi inti mereka
  - b. Amati komitmen pemasok
  - c. Dapatkan keterampilan teknis atau manajerial
  - d. Kapasitas tidak mencukupi
  - e. Mengurangi biaya penyimpanan
  - f. Periksa sumber alternatif
  - g. Memastikan manajemen atau sumber daya teknis yang tidak memadai

h. Barang-barang yang dilindungi oleh paten atau rahasia

Heizer dan Render, (2005). Perusahaan harus mengadopsi strategi rantai pasokan untuk mendapatkan barang dan jasa dari luar. Ada lima varian strategi rantai pasokan:

1. Banyak Pemasok

Dengan strategi banyak pemasok, pemasok menanggapi permintaan dan spesifikasi “permintaan penawaran” (*request for quotation*) dengan pesanan yang umumnya akan jatuh ke pihak yang memberikan penawaran rendah. Strategi ini menandingkan satu pemasok dengan pemasok lain dan membebani pemasok untuk dapat memenuhi permintaan pembeli. Pendekatan ini mengutamakan tanggung jawab pemasok untuk dapat mempertahankan teknologi, kualitas, dan kemampuan memprediksi. Selain itu, juga mengutamakan biaya, kualitas, dan kemampuan pengiriman yang diperlukan. Biasanya dengan strategi ini bukan untuk kemitraan jangka panjang.

2. Sedikit Pemasok

Sebuah strategi yang memiliki sedikit pemasok mengimplikasikan bahwa pembeli lebih ingin menjalin hubungan jangka panjang dengan beberapa pemasok yang setia. Penggunaan pemasok yang hanya sedikit dapat menciptakan nilai dengan memungkinkan pemasok memiliki skala ekonomi dan kurva pembelajaran yang menghasilkan biaya transaksi dan biaya produksi yang lebih rendah. Dengan sedikit pemasok, baik pemasok maupun pembeli menanggung resiko menjadi tawanan satu sama lain karena biaya pergantian pemasok sangat besar.

3. Integrasi Vertikal

Integrasi Vertikal (*Vertical Integration*) berarti mengembangkan kemampuan untuk memproduksi barang atau jasa yang sebelumnya dibeli atau membeli perusahaan pemasok atau distributor. Integrasi vertikal dapat berbentuk integrasi maju atau mundur.

Integrasi mundur (*backward integration*) menyarankan perusahaan untuk membeli pemasoknya. Pada sisi lain, integrasi maju (*forward*

*integration*) menyarankan produsen komponen untuk membuat produk jadi.

Integrasi vertikal dapat mewakili peluang strategis bagi manajer operasi. Bagi perusahaan yang memiliki modal, keterampilan manajemen, dan permintaan yang diperlukan, integrasi vertikal dapat menghadirkan peluang signifikan untuk pengurangan biaya, kualitas andal, dan pengiriman tepat waktu. Manfaat tambahan seperti pengurangan inventaris dan perencanaan dapat diperoleh perusahaan yang secara efektif mengelola integrasi vertikal atau mempertahankan hubungan yang erat dan saling menguntungkan dengan pemasok.

#### 4. Jaringan *Keiretsu*

*Keiretsu* adalah istilah Jepang yang menggambarkan pemasok yang merupakan bagian dari konsorsium perusahaan. Anggota *Keiretsu* dapat diyakinkan akan hubungan jangka panjang yang diharapkan dapat bertindak sebagai mitra, memberikan keahlian teknis dan kualitas produksi yang stabil kepada para produsen ini.

#### 5. Perusahaan Maya

Perusahaan Maya (*virtual company*) mengandalkan berbagai hubungan penyedia untuk menyediakan layanan pelanggan yang diinginkan. Perusahaan virtual memiliki batasan organisasi yang selalu berubah dan bergerak yang memungkinkan mereka menciptakan bisnis unik untuk memenuhi kebutuhan pasar yang terus berubah.

### 2.1.3 Konsep Rantai Pasokan “*Triple A*”

Manajemen rantai pasokan didasarkan pada teori rantai pasokan “*Triple A*”, yaitu kelincahan, kemampuan beradaptasi, dan penyelarasan. Lee (2004) menggambarkan rantai pasokan “*Triple-A*” sebagai gesit, mudah beradaptasi, dan efisien. Perusahaan yang paling berhasil dalam rantai pasokan adalah perusahaan yang merespons dengan cepat perubahan permintaan pengguna akhir jangka pendek dan beradaptasi dengan perubahan

jangka panjang dalam lingkungan ekonomi dan pasar dengan mengubah struktur rantai pasokan. (kemampuan beradaptasi) dan mengintegrasikan serta mengkoordinasikan proses bisnis yang mengarah pada pembagian risiko, biaya, dan manfaat yang adil dengan semua pemasok yang terlibat (koherensi).

### 1. *Agility* (Kelincahan)

Dalam rantai pasokan “*Triple-A*” kelincahan adalah seberapa cepat kemampuanyang dimiliki oleh perusahaan untuk menanggapi perubahan permintaan atau penawaran jangka pendek dan menangani gangguan eksternal yang terjadi dengan lancar. Perusahaan dapat menumbuhkan kelincahan dalam rantai pasokannya dengan cara membangun hubungan kolaboratif jangka panjang yang kuat dengan *supplier*, merancang sebuah proses produksi saat terjadi penundaan, mengembangkan sebuah jaringan logistik dan *supplier* yang dapat diandalkan serta menyusun sebuah rencana kemungkinan atau antisipasi saat terjadi kelangkaan bahan baku atau keadaan yang tidak pasti Lee, (2004).

*Agility* menggabungkan kemampuan semua mitra perusahaan dalam rantai pasokan untuk bekerjasama dengan cara bereaksi secara cepat terhadap perubahan permintaan konsumen. Kemampuan untuk bereaksi dengan cepat terhadap perubahan permintaan tergantung pada sejauh mana *supplier* yang ada dalam rantai pasokan perusahaan mengintegrasikan dan mengkoordinasikan informasi di seluruh rantai pasokan Green et al., (2017). Karena kemampuan dalam menyediakan informasi yang saling terhubung di seluruh rantai pasokan memungkinkan *supplier* rantai pasokan untuk memberikan informasi terbaru tentang rencana, persyaratan, dan status mereka sehingga dapat menghasilkan kinerja rantai pasokan yang lebih baik. Selain itu, berbagi informasi dapat mendukung terciptanya kolaborasi seluruh *supplier* rantai pasokan, sehingga kolaborasi merupakan sebuah kunci kemampuan rantai pasokan dalam merespon dengan cepat Lee et al., (2008).

## 2. *Adaptability* (Kemampuan Beradaptasi)

*Adaptability*, merupakan kemampuan anggota rantai pasokan dalam mengatasi dinamika yang terjadi pada rantai pasokan dengan mempertahankan kemampuan beradaptasinya saat terjadi perubahan pasar Stevenson dan Spring, (2017). Lee (2014) menggambarkan kemampuan beradaptasi sebagai kemampuan dalam menyesuaikan desain rantai pasokan untuk memenuhi perubahan tuntutan pasar dan memodifikasi jaringan rantai pasokan dalam strategi, teknologi, dan produk.

Perusahaan yang sukses meningkatkan kemampuan beradaptasi dengan cara memantau lingkungan ekonomi global untuk mengidentifikasi basis pasokan dan pasar yang baru, menggunakan perantara untuk mengembangkan *supplier* dan infrastruktur logistik yang lebih baru, mengevaluasi keinginan dari konsumen akhir maupun konsumen perantara, membuat rancangan produk yang fleksibel dan menentukan dimana posisi produk dalam hal teknologi dan siklus hidup produk Lee, (2014).

Kemampuan beradaptasi adalah konsep penting karena rantai pasokan beradaptasi dengan pasar selama periode waktu tertentu dalam menanggapi siklus hidup produk atau teknologi yang terus berubah Lee, (2014). Untuk bekerja di lingkungan yang dinamis, *supplier* rantai pasokan harus fokus pada kemampuan beradaptasi yang memungkinkan organisasi untuk berpartisipasi untuk berfungsi lebih efisien Richey et al., (2016).

## 3. *Alignment* (Keselarasan)

*Aligned*, Lee (2004) menggambarkan keselarasan sebagai kemampuan perusahaan untuk "menyelaraskan kepentingan semua perusahaan dalam rantai pasokan dengan kebutuhan mereka sendiri." Perusahaan dapat menciptakan keselarasan dengan memulai menyelaraskan informasi,



sehingga semua perusahaan dalam rantai pasokan memiliki akses yang sama terhadap perkiraan, data penjualan dan rencana perusahaan. Dan secara jelas memberikan gambaran tentang peran dan tanggung jawab untuk *supplier* serta konsumen, lalu secara imbang membagi resiko, biaya, dan pencapaian dari peningkatan kinerja.

Organisasi harus selaras dengan pemasok dalam rantai pasokan, baik secara internal maupun eksternal. Dari sudut pandang strategis, proses bisnis seperti pembelian, manufaktur, pemasaran, dan logistik di sepanjang rantai pasokan harus diselaraskan baik secara internal maupun eksternal untuk mencapai tujuan akhir keunggulan kompetitif. Bryson, (2004).

## **2.2 Hubungan Antar Variabel**

### **2.2.1 Pengaruh *Agility* terhadap Kinerja Rantai Pasokan**

*Agility* menggabungkan kemampuan semua mitra dalam rantai pasokan perusahaan untuk bekerja sama dengan cara yang memungkinkan mereka merespons dengan cepat perubahan permintaan konsumen. Kemampuan untuk merespon dengan cepat perubahan permintaan tergantung pada sejauh mana pemasok perusahaan saat ini mengintegrasikan dan mengkoordinasikan informasi di seluruh rantai pasokan Green et al., (2007).

Kinerja rantai pasokan bergantung pada kemampuan mitra rantai pasokan untuk beradaptasi dengan lingkungan yang dinamis. Meskipun pemimpin organisasi pada akhirnya bertanggung jawab atas keefektifan organisasi, keberhasilan organisasi pada akhirnya bergantung pada keefektifan rantai pasok di mana organisasi tersebut menjadi mitra Rosenzweig et al., (2003).

Lee (2004) menunjukkan bahwa perusahaan harus menggunakan kelincahan dengan terampil untuk membedakan diri dari pesaing mereka. *Agility* adalah seberapa cepat perusahaan dapat merespon perubahan pasar yang tiba-tiba atau kondisi yang tidak pasti. Ketangkasan dapat ditingkatkan dengan berkomunikasi dengan baik dengan pemasok, membangun hubungan kolaboratif, membangun rantai pasokan yang andal, dan membuat rencana

proaktif jika terjadi keadaan yang tidak pasti. *Agility* tidak dapat ditingkatkan tanpa integrasi yang baik dengan mitra *supply chain*. Hipotesis berikut dapat diturunkan dari uraian di atas:

**H<sub>1</sub>: *Agility* (kelincahan) berpengaruh signifikan dalam meningkatkan kinerja rantai pasokan UMKM kuliner di kota Surabaya Barat.**

### **2.2.2 Pengaruh *Adaptability* terhadap Kinerja Rantai Pasokan**

Kemampuan beradaptasi adalah kemampuan anggota rantai pasokan untuk menghadapi dinamika rantai pasokan sambil mempertahankan kemampuan beradaptasi mereka ketika terjadi perubahan pasar. Stevenson dan Musim Semi (2007). Lee (2004) menjelaskan kemampuan beradaptasi sebagai kemampuan untuk mengadaptasi rencana rantai pasokan untuk mengubah permintaan pasar dan memodifikasi jaringan rantai pasokan sesuai dengan strategi, teknologi, dan produk.

Kinerja rantai pasokan bergantung pada kemampuan mitra rantai pasokan untuk beradaptasi dengan lingkungan yang dinamis. Meskipun pemimpin organisasi pada akhirnya bertanggung jawab atas keefektifan organisasi, keberhasilan organisasi pada akhirnya bergantung pada keefektifan rantai pasokan di mana organisasi tersebut menjadi mitra Rosenzweig et al., (2003).

Kemampuan beradaptasi digambarkan sebagai kemampuan untuk mengubah struktur rantai pasokan ketika permintaan konsumen berubah. Sehingga mereka dapat beradaptasi dengan perubahan kebutuhan. Jika perusahaan tidak menyesuaikan rantai pasoknya, perusahaan tidak akan bersaing dalam jangka panjang, Lee (2004). Hipotesis berikut dapat diturunkan dari uraian di atas:

**H<sub>2</sub>: *Adaptability* (beradaptasi) berpengaruh signifikan dalam meningkatkan kinerja rantai pasok UMKM kuliner di kota Surabaya Barat.**

### 2.2.3 Pengaruh *Alignment* terhadap Kinerja Rantai Pasokan

*Alignment* Lee (2004) menjelaskan keselarasan sebagai kemampuan perusahaan untuk "menyelaraskan kepentingan semua perusahaan dalam rantai pasokan dengan kebutuhan mereka sendiri". Bisnis dapat membuat penyelarasan dengan memulai penyelarasan data, memberikan semua perusahaan dalam rantai pasokan akses yang sama ke prakiraan, data penjualan, dan rencana bisnis. Berikan pandangan yang jelas tentang peran dan tanggung jawab pemasok dan konsumen, lalu bagikan secara adil risiko, biaya, dan imbalan dari peningkatan kinerja.

Kinerja rantai pasokan bergantung pada kemampuan mitra rantai pasokan untuk beradaptasi dengan lingkungan yang dinamis. Meskipun pemimpin organisasi pada akhirnya bertanggung jawab atas keefektifan organisasi, keberhasilan organisasi pada akhirnya bergantung pada keefektifan rantai pasokan di mana organisasi tersebut menjadi mitra Rosenzweig et al., (2003).

Penting bagi perusahaan untuk menyeimbangkan semua kepentingan mitra rantai pasokannya dengan kepentingannya sendiri. Ketika sebuah perusahaan dapat menyelaraskan mitra rantai pasokannya, ia dapat berbagi kondisi, risiko, dan tanggung jawab secara adil. Sehingga tidak ada pihak yang merasa dirugikan ketika melakukan kerjasama. Keselarasan yang baik dapat menciptakan rantai pasok dengan tujuan yang sama yaitu memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen, sehingga meningkatkan keunggulan bersaing. Lee (2004). Hipotesis berikut dapat diturunkan dari uraian di atas:

**H<sub>3</sub>: *Alignment* (keselarasan) berpengaruh signifikan dalam meningkatkan kinerja rantai pasokan UMKM kuliner di kota Surabaya Barat**

### 2.2.4 Pengaruh Strategi Rantai Pasokan "*Triple A*" terhadap Kinerja Rantai Pasokan

Manajemen rantai pasokan didasarkan pada teori rantai pasokan "*Triple A*", yaitu kelincahan, kemampuan beradaptasi, dan penyelarasan. Lee

(2004) menggambarkan rantai pasokan "*Triple-A*" sebagai gesit, mudah beradaptasi, dan efisien. Perusahaan yang paling berhasil dalam rantai pasokan adalah perusahaan yang merespons dengan cepat perubahan permintaan pengguna akhir jangka pendek (gesit) dan beradaptasi dengan perubahan jangka panjang dalam lingkungan ekonomi dan pasar dengan mengubah struktur rantai pasokan. (kemampuan beradaptasi) dan mengintegrasikan serta mengkoordinasikan proses bisnis yang mengarah pada pembagian risiko, biaya, dan manfaat yang adil dengan semua pemasok yang terlibat (koherensi).

Lee (2004) menjelaskan rantai pasokan sebagai "*Triple A*" adalah rantai pasokan yang menunjukkan kelincahan, kemampuan beradaptasi dan keselarasan. Organisasi yang sukses harus mampu membangun rantai pasok yang merespons perubahan permintaan konsumen jangka pendek (*agility*), beradaptasi dengan perubahan jangka panjang, memiliki kemampuan untuk mengadaptasi rantai pasoknya (*adaptability*), dan mengintegrasikan seluruh proses bisnis. rantai pasokan (*alignment*). Untuk mendapatkan keunggulan kompetitif, perusahaan harus dapat menggunakan ketiga aspek tersebut. Hipotesis berikut dapat diturunkan dari uraian di atas:

**H4 : Strategi rantai pasokan "*Triple A*" berpengaruh signifikan dalam meningkatkan kinerja rantai pasokan UMKM kuliner di kota Surabaya Barat**

### 2.3 Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian ini penulis mencatumkan beberapa penelitian terdahulu, yaitu sebagai berikut:

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Penelitian	Judul	Metodologi	Hasil Penelitian
1	Hau Lee (2014)	<i>“The Triple-A Supply Chain”</i>	SEM (Structural Equation Modeling)	Strategi rantai pasokan yang <i>agility</i> , <i>adaptability</i> , dan <i>alignment</i> telah ditemukan memiliki dampak signifikan terhadap kinerja rantai pasokan di organisasi besar. Perusahaan yang sukses harus mampu merespon dengan cepat perubahan permintaan konsumen, beradaptasi dengan perubahan lingkungan dan permintaan pasar, serta menyelaraskan kepentingan semua mitra rantai pasokan perusahaan dengan tujuan perusahaan itu sendiri.
2	Sukti ed al., (2013)	<i>Testing the Effect of the Supply Chain Management Implementation on Business Performance: An Empirical Study</i>	<i>Multiple linear regression analysis</i>	Hasil penelitian menunjukkan korelasi yang signifikan antara penerapan SCM dan kinerja bisnis
3	Wardani ed al., (2021)	<i>The Effect of Supply Chain Management on Operational Performance of Furniture Industry in Jombang Regency</i>	<i>Multiple linear regression analysis</i>	Variabel manajemen rantai pasok dengan kemitraan pemasok, berbagi informasi, dan hubungan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap kinerja operasional
4	Latuconsina dan Sariwating (2020)	Pengaruh Dimensi Dari <i>Supply Chain Management</i> Terhadap Kinerja	SEM (Structural Equation Modeling)	1. Pembagian informasi berpengaruh positif terhadap kinerja operasional. 2. Hubungan jangka panjang berpengaruh

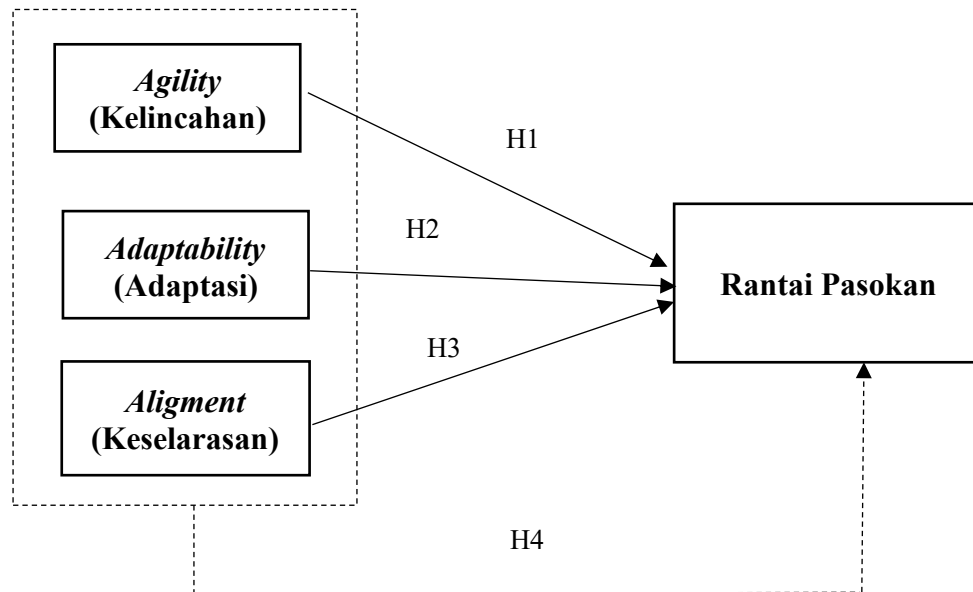
No	Penelitian	Judul	Metodologi	Hasil Penelitian
		Operasional Toko Komputer Di Kota Ambon		positif terhadap kinerja operasional. 3. Kerjasama berpengaruh positif terhadap kinerja operasional. 4. Proses integrasi berpengaruh positif terhadap kinerja operasional. 5. Sinkronisasi keputusan tidak berpengaruh positif terhadap kinerja operasional.
5	Ilmiyati & Munawaroh (2016)	Pengaruh Manajemen Rantai Pasokan Terhadap Keunggulan Kompetitif Dan Kinerja Usaha (Studi Pada Usaha Kecil Dan Menengah Di Kabupaten Bantul)	Analisis regresi berganda	Manajemen rantai pasokan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha pada UKM di Kabupaten Bantul, sehingga hipotesis satu terbukti dan diterima.
6	Putra (2021)	Pengaruh Integrasi Supply Chain (SCI) Terhadap Kinerja Operasional UMKM Di Kabupaten Bantul	Analisis regresi berganda	Integrasi internal tersebut berdampak positif dan signifikan terhadap kinerja operasional UMKM di Kabupaten Bantul. Integrasi eksternal berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja Variabel integrasi internal dan integrasi eksternal operasional UMKM Kabupaten Bantul dan UMKM Kabupaten Bantul berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha.
7	Frananda (2021)	Pengaruh Supply Chain Management dan Total	Analisis regresi berganda	Hasil penelitian ini adalah sebagai berikut: Pertama, supply chain management tidak berpengaruh secara

No	Penelitian	Judul	Metodologi	Hasil Penelitian
		Quality Management Terhadap Kinerja Bisnis (Studi Empiris Pada Usaha Pempek di Kota Palembang)		signifikan terhadap kinerja bisnis; Kedua, total quality management berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja bisnis; Ketiga, supply chain management dan total quality management secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis pada usaha pempek yang ada di Kota Palembang.
8	Lestari & Sutrisn (2021)	Analisis Kinerja Operasi pada Masa Pandemi Covid-19 dengan Penerapan Total Quality Management (TQM) dan Supply Chain Management (SCM) Di UMKM Kota Tasikmalaya	Analisis regresi berganda	Hasil kajian menunjukkan bahwa penerapan TQM dan SCM memberikan dampak yang signifikan terhadap peningkatan operasional di masa pandemi Covid-19 pada UMKM di Kota Tasikmalaya.
9	Rusmana & Setyawan (2021)	Pengaruh Integrasi <i>Supply Chain</i> Terhadap Kinerja <i>Supply Chain</i>	Analisis regresi berganda	Pengintegrasian <i>supply chain</i> secara signifikan memengaruhi kinerja <i>supply chain</i> .
10	Amaruddin et al., (2021)	Pengaruh Manajemen Rantai Pasokan terhadap Kinerja UKM Pecel Lele di Cikarang	SEM ( <i>Structural Equation Modeling</i> )	Elemen manajemen rantai pasokan berpengaruh terhadap kinerja.

Sumber: Jurnal atau Penelitian Terdahulu (2023)

## 2.4 Kerangka Pemikiran Teoritis

Berdasarkan tinjauan pustaka dan gambaran penelitian sebelumnya, peneliti memaparkan kerangka acuan yang dikembangkan dalam penelitian ini dalam bentuk diagram sebagai berikut:



Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran Teoritis

Sumber : Data diolah peneliti (2023)

Keterangan:

- > : Secara Parsial  
 - - - - -> : Secara Simultan