

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1. Tinjauan Teori

2.1.1. *Supply Chain*

Rantai pasokan adalah jaringan individu, perusahaan, sumber daya, aktivitas, dan teknologi yang terlibat dalam pembuatan dan penjualan suatu produk atau layanan (Yeen et al., 2020). Rantai pasokan dimulai dengan pengiriman bahan mentah dari pemasok ke produsen dan diakhiri dengan pengiriman produk jadi atau jasa ke konsumen akhir (Bag et al., 2020). Aktivitas rantai pasokan mencakup pengadaan, manajemen siklus hidup produk, perencanaan rantai pasokan (termasuk perencanaan inventaris dan pemeliharaan aset perusahaan dan jalur produksi), logistik (termasuk manajemen transportasi dan armada), dan manajemen pesanan. SCM juga dapat mencakup aktivitas seputar perdagangan global, seperti pengelolaan pemasok global dan proses produksi multinasional.

Supply chain (SCM) adalah proses pengelolaan aliran barang dan jasa ke dan dari suatu bisnis, termasuk setiap langkah yang terlibat dalam mengubah bahan mentah dan komponen menjadi produk akhir dan mengantarkannya ke pelanggan akhir. SCM yang efektif dapat membantu merampingkan aktivitas perusahaan untuk menghilangkan pemborosan, memaksimalkan nilai pelanggan, dan mendapatkan keunggulan kompetitif di pasar.

Supply chain (SCM) adalah manajemen terpusat dari aliran barang dan jasa ke dan dari perusahaan dan mencakup semua proses yang terlibat dalam mengubah bahan mentah dan komponen menjadi produk akhir. *Supply chain* mewakili upaya berkelanjutan oleh perusahaan untuk membuat rantai pasokan mereka seefisien dan seekonomis mungkin. Biasanya, *supply chain* berupaya mengendalikan atau menghubungkan produksi, pengiriman, dan distribusi suatu produk secara terpusat. Dengan mengelola rantai pasokan, perusahaan dapat memangkas biaya berlebih dan langkah-langkah yang tidak perlu serta mengirimkan produk ke konsumen lebih cepat. Hal ini dilakukan dengan memperketat pengendalian persediaan internal, produksi internal, distribusi, penjualan, dan persediaan vendor perusahaan.

Tujuan dari rantai pasokan adalah untuk menciptakan dan mengirimkan produk atau layanan ke pelanggan akhir secara tepat waktu dan hemat biaya. Rantai pasokan mencakup setiap langkah yang terlibat dalam penyampaian produk atau layanan jadi kepada pelanggan. Langkah-langkahnya mungkin termasuk (Heizer et al., 2017):

1. Sumber bahan baku
2. Memindahkannya ke produksi
3. Mengangkut produk jadi ke pusat distribusi atau toko ritel

Manajemen rantai pasokan (SCM) melibatkan serangkaian aktivitas dan proses utama yang harus diselesaikan secara efisien dan tepat waktu. Ada lima area dimana kerentanan rantai pasokan paling sering muncul (Heizer et al., 2017):

1. Perencanaan dan jaringan pemasok
2. Sistem transportasi dan logistik
3. Ketahanan finansial
4. Kompleksitas produk
5. Kematangan organisasi

2.1.2. Kinerja bisnis

Menurut Suryana (2013), kinerja bisnis adalah kombinasi strategi, kemampuan, dan penerapan untuk mencapai tujuan tertentu. Tempatkan strategi dan kemampuan perusahaan dan ukur hasilnya berdasarkan industri tempat bisnis beroperasi. Perusahaan biasanya menggunakan hasil keuangan dan non-keuangan yang berkaitan dengan aspek operasi dan kualitas untuk mengukur kinerja organisasi (Ivancevich et al., 2013). Untuk memberikan persepsi dan dimensi kinerja yang lebih jelas, sistem pengukuran kinerja yang efektif harus mampu menangkap aspek kinerja bisnis secara keuangan dan non-keuangan (Yi-Chang et al., 2021). Dalam analisis ini, fokus akan diberikan pada "kinerja" dari sudut pandang "finansial" dan "non-finansial", komponen utama yang terdiri dari "berbasis penjualan" dan "berbasis organisasi". Sebuah penelitian telah menunjukkan bahwa kinerja organisasi yang didasarkan pada penjualan memiliki korelasi yang signifikan dengan keunggulan kompetitifnya. Kinerja berbasis penjualan dapat diukur dengan tingkat pendapatan penjualan, profitabilitas, pengembalian investasi,

produktivitas, nilai tambah produk, pangsa pasar, dan pertumbuhan produk (Felipe et al., 2017).

Rantai pasokan telah ada sejak zaman kuno, dimulai dari produk atau layanan pertama yang dibuat dan dijual. Dengan munculnya industrialisasi, SCM menjadi lebih canggih, memungkinkan perusahaan melakukan pekerjaan yang lebih efisien dalam memproduksi dan mengirimkan barang dan jasa. Misalnya, standarisasi suku cadang mobil yang dilakukan Henry Ford merupakan terobosan yang memungkinkan produksi barang secara massal untuk memenuhi permintaan basis pelanggan yang terus bertambah. Seiring berjalannya waktu, perubahan bertahap (seperti penemuan komputer) telah membawa tingkat kecanggihan tambahan pada sistem SCM. Namun, dari generasi ke generasi, SCM pada dasarnya tetap merupakan fungsi linier dan terisolasi yang dikelola oleh spesialis rantai pasokan.

Penerapan teknologi baru yang radikal pada manufaktur saat ini disebut Industri 4.0, atau “revolusi industri keempat”. Dalam era industrialisasi terbaru ini, teknologi seperti AI, pembelajaran mesin, Internet of Things, otomatisasi, dan sensor mengubah cara perusahaan memproduksi, memelihara, dan mendistribusikan produk dan layanan baru. Industri 4.0 bisa dikatakan dibangun di atas rantai pasok.

Di Industri 4.0, cara perusahaan menerapkan teknologi pada rantai pasokan pada dasarnya berbeda dengan cara mereka menerapkannya di masa lalu. Misalnya, dalam fungsi pemeliharaan, perusahaan biasanya menunggu

hingga mesin mengalami kerusakan untuk memperbaikinya. Teknologi pintar telah mengubah hal itu. Kini perusahaan dapat memprediksi kegagalan sebelum terjadi, lalu mengambil langkah untuk mencegahnya sehingga rantai pasokan dapat terus berjalan tanpa gangguan. SCM saat ini adalah tentang penggunaan teknologi untuk membuat rantai pasokan—dan perusahaan—lebih cerdas.

SCM Industri 4.0 juga memberikan keuntungan yang signifikan dibandingkan SCM tradisional karena memungkinkan perencanaan dan pelaksanaan yang selaras sekaligus memberikan penghematan biaya yang besar. Misalnya, perusahaan yang beroperasi dengan model “plan-to-produce”—di mana produksi produk dikaitkan semaksimal mungkin dengan permintaan pelanggan—harus membuat perkiraan yang akurat. Hal ini melibatkan pengaturan sejumlah input untuk memastikan bahwa apa yang diproduksi akan memenuhi permintaan pasar tanpa melebihinya, sehingga menghindari kelebihan stok yang merugikan. Solusi SCM yang cerdas dapat membantu perusahaan memenuhi permintaan pelanggan dan tujuan keuangan pada saat yang bersamaan. SCM yang cerdas juga memiliki keunggulan lain. Misalnya, hal ini dapat memberikan kebebasan kepada karyawan rantai pasokan untuk berkontribusi pada bisnis dengan cara yang memberikan nilai lebih. Sistem SCM yang lebih baik yang mengotomatiskan tugas-tugas sehari-hari dapat membekali para profesional rantai pasokan dengan alat yang mereka perlukan agar berhasil memberikan produk dan layanan yang dirancang sesuai dengan rantai pasokan.

Internet, inovasi teknologi, dan ledakan perekonomian global yang didorong oleh permintaan telah mengubah semua itu. Rantai pasokan saat ini bukan lagi sebuah entitas linier. Sebaliknya, ini adalah kumpulan jaringan berbeda yang kompleks yang dapat diakses 24 jam sehari. Inti dari jaringan ini adalah konsumen yang mengharapkan pesanan mereka dipenuhi—saat mereka menginginkannya, sesuai keinginan mereka.

Untuk berhasil dalam pasar kompetitif global, bisnis menghadapi banyak tantangan. Permintaan pelanggan untuk produk dan layanan yang serbaguna meningkat dengan cepat. Akibatnya, bisnis harus lebih responsif terhadap pelanggan dan kebutuhan pasar dengan menyediakan jumlah produk dan/atau layanan khusus pelanggan yang lebih besar, proses yang lebih fleksibel, pemasok dan sumber daya yang lebih terhubung di seluruh rantai pasokan, dan tetap mengurangi biaya (Lafuente et al., 2018). Manajemen membutuhkan informasi kinerja bisnis yang paling baru dan akurat. Informasi ini harus terintegrasi, terus berubah, dan dapat diakses untuk membantu pengambilan keputusan cepat dan mendorong gaya manajemen proaktif yang menghasilkan daya tanggap dan ketangkasan. Untuk menyediakan informasi kinerja yang diperlukan secara online, banyak bisnis menggunakan teknologi informasi (Hisrich et al., 2015).

Tidak cukup informasi kinerja untuk meningkatkan hasil kinerja perusahaan. Bagaimana masyarakat menggunakan data kinerja ini adalah kunci keberhasilan. Banyak eksekutif dan akademisi percaya bahwa perilaku individu dengan informasi tersebut adalah penyebab utama pengukuran

kinerja berumur pendek (Allam et al., 2021). Membuat individu mengambil tindakan yang tepat tidak hanya meningkatkan kinerja tetapi juga memungkinkan perubahan budaya, yang membantu membebaskan kekuatan organisasi (Hisrich et al., 2015). pendekatan manajemen bisnis yang mempertimbangkan perusahaan secara keseluruhan daripada bagian-bagiannya. Menentukan bagaimana perusahaan dapat mencapai tujuannya dengan lebih baik dan mengevaluasi kinerjanya secara keseluruhan adalah bagian dari manajemen kinerja bisnis. Untuk mengelola kinerja, tujuan strategis dan operasional harus diselaraskan, dan berbagai kegiatan bisnis diperlukan (Noor et al., 2020).

Tiga langkah utama digunakan dalam setiap program pemantauan kinerja manajemen bisnis: pemilihan tujuan, konsolidasi, dan intervensi. Setiap kegiatan bekerja sama untuk menghasilkan proses yang lebih efisien. Sistem ini sangat bergerak, dan setiap tindakan memengaruhi yang lain. Mereka bekerja sama untuk menciptakan proses bisnis yang lebih baik (Fatimah et al., 2021). Pilihan tujuan sebenarnya adalah proses yang berkelanjutan yang dapat diubah oleh hasil dari intervensi. Untuk memulai program manajemen kinerja bisnis, yang paling efektif adalah dengan menetapkan tujuan perusahaan. Selanjutnya, perlu menetapkan kebijakan dan metode yang akan digunakan untuk mencapai tujuan tersebut (Selin et al., 2022). Setelah program dimulai, hasil dari proses akan mulai mengubah tujuan. Keputusan manajemen mungkin harus ditingkatkan jika mereka meningkatkan produktivitas. Tujuan utamanya adalah untuk memberi

manajemen alat pengukur yang dapat digunakan saat mengevaluasi keberhasilan (Rizki et al., 2022). Konsolidasi informasi, atau pemantauan informasi, adalah aktivitas kedua yang terlibat dalam manajemen kinerja bisnis. Ini adalah bagian dari proses di mana data dikumpulkan dan dianalisis untuk menciptakan cara bisnis yang lebih baik. Data dibuat dengan berbagai metrik, tergantung pada proyek dan perusahaan, tetapi tetap merupakan bagian penting dari proses manajemen kinerja (Siddiqi & Tangem, 2018)..

2.1.3. Kinerja Rantai Pasok

Kinerja rantai pasokan mengacu pada seberapa efektif setiap tahapan rantai pasokan perusahaan dalam mengoptimalkan biaya, mengurangi inefisiensi, meningkatkan kecepatan, dan memenuhi harapan pelanggan (Al-Shboul et al., 2017). Berbagai aspek rantai pasokan seperti pengiriman tepat waktu, ketersediaan stok, keakuratan pesanan, dan waktu tunggu produksi semuanya berperan dalam memastikan kinerjanya lancar dan responsif. Kinerja rantai pasokan melampaui batas-batas organisasi; ini memainkan peran penting dalam berbagai aspek bisnis, termasuk akuntansi, penjualan, dan kepuasan karyawan dan pelanggan (Al-Shboul et al., 2017).

Tidak hanya itu, pengadaan rantai pasokan menjadi sangat berubah-ubah. Misalnya, perkembangan geopolitik dan ekonomi dapat berdampak besar pada rantai pasokan manufaktur. Jika suatu produsen membutuhkan aluminium dan tidak dapat memperolehnya dari satu pemasok karena

kebijakan perdagangan, maka produsen tersebut harus dapat dengan cepat beralih ke sumber aluminium di tempat lain. Kemampuan untuk mengkonfigurasi ulang rantai pasokan perusahaan dengan cepat sangat penting agar berhasil mengatasi skenario seperti ini. Kelincahan sangat penting untuk mencapai konfigurasi ulang real-time seperti ini.

Tantangan dalam rantai pasokan tidak hanya mencakup masalah efisiensi dan manajemen biaya. Perubahan keadaan juga dapat berdampak pada kepatuhan terhadap peraturan. Sistem SCM Anda harus cukup fleksibel untuk memitigasi semua dampak yang ditimbulkan oleh perubahan dalam rantai pasokan, termasuk perubahan dan beragamnya persyaratan peraturan. Sistem SCM yang cerdas dapat membantu Anda menjadi lebih efisien dan mengurangi biaya sambil tetap mematuhi berbagai mandat hukum yang selalu berubah.

Menetapkan dan melacak KPI tertentu di seluruh rantai pasokan memberi bisnis wawasan dan data yang diperlukan untuk melakukan perbaikan dan membangun sistem logistik yang kuat (Ul-Hameed et al., 2019). Namun hal ini juga membantu menjaga bisnis tetap sehat di seluruh departemen, sehingga perusahaan dapat mencapai target pendapatan dan pertumbuhan. Mengukur kinerja rantai pasokan secara konsisten sangat penting untuk membangun rantai pasokan yang ramping (Masudin, 2019). Bukan hanya cara untuk melakukan perbaikan, ini juga merupakan peluang untuk menghilangkan inefisiensi dalam rantai pasokan untuk mengurangi waktu tunggu dan biaya. Pengukuran kinerja rantai pasokan secara teratur

merupakan langkah penting dalam transformasi rantai pasokan karena membantu perusahaan dalam mengidentifikasi tempat untuk menghilangkan pemborosan, menerapkan teknologi, atau menggunakan otomatisasi untuk mengurangi tugas-tugas yang memakan waktu (Ul-Hameed et al., 2019).

2.1.4. *Supply chain management*

Supply Chain Management (SCM) adalah sistem tempat organisasi menyalurkan barang produksi dan jasanya kepada para pelanggannya. SCM mengintegrasikan seluruh proses manajemen material dan memberikan arahan tentang cara menyediakan, memproduksi, dan mendistribusikan produk kepada konsumen (Paul et al., 2014). Supply Chain Management dapat mempercepat distribusi barang jadi, pemenuhan pesanan pelanggan, dan pembelian bahan baku (Leuschner et al., 2014). Pengelolaan rantai pasokan barang dan jasa mencakup semua langkah-langkah yang diperlukan untuk menghasilkan produk akhir dari bahan baku. Untuk mendapatkan keunggulan kompetitif di pasar dan memaksimalkan nilai pelanggan, bisnis harus perampingan aktif kegiatan sisi penawarannya. Pemasok berusaha untuk membangun dan menerapkan rantai pasokan yang seefektif dan seekonomis mungkin, yang dikenal sebagai manajemen rantai pasokan (SCM). Menurut Gurahoo & Salisbury (2018), rantai pasokan mencakup segala sesuatu dari produksi dan pengembangan produk hingga sistem informasi yang diperlukan untuk mengarahkan operasi ini.

Manajemen Rantai Pasokan (SCM) adalah tulang punggung penting dari setiap perekonomian yang berkembang, bertindak sebagai jaringan arteri yang memastikan produk berpindah secara efisien dari produksi ke tangan konsumen. Dalam domain ini, SCM adalah bidang yang dinamis dan berkembang, penting bagi para profesional industri berpengalaman dan pendatang baru yang ambisius dalam membentuk karir mereka. Pada intinya, Manajemen Rantai Pasokan melibatkan koordinasi dan integrasi semua proses di seluruh perusahaan, mulai dari mengubah bahan mentah menjadi produk jadi hingga mengirimkan produk tersebut ke pengecer dan pelanggan. Berbagai industri seperti teknologi, pertanian, dan fesyen mengandalkan jaringan rantai pasokan yang kuat untuk memastikan efisiensi dan profitabilitas. SCM bukan hanya tentang mengelola tingkat inventaris; ini tentang pendekatan holistik yang mencakup perencanaan permintaan, pengadaan rantai pasokan, dan pengelolaan inventaris untuk mengurangi biaya dan memenuhi permintaan pasar.

Para profesional di bidang ini memerlukan keahlian yang serba guna, termasuk pemikiran analitis, pemecahan masalah, dan kemampuan memanfaatkan kecerdasan buatan dan pembelajaran mesin untuk memprediksi dan beradaptasi dengan permintaan pelanggan. Misalnya, manajer rantai pasokan di bidang manufaktur otomotif harus mengatur serangkaian suku cadang agar tiba tepat pada waktunya untuk perakitan, sehingga mengurangi biaya gudang dan meningkatkan efisiensi.

Manajemen Rantai Pasokan yang Efektif seperti memimpin orkestra; setiap bagian harus sinkron agar kinerja berhasil. Bagian integral seperti perencanaan, pengadaan, dan pengiriman harus bekerja secara harmonis untuk mencapai kinerja rantai pasokan yang optimal. Fase manufaktur dalam SCM mengubah bahan mentah menjadi produk jadi. Tahap ini adalah tentang efisiensi dan presisi dalam proses manufaktur, memastikan produk dibuat sesuai spesifikasi dan pada volume yang dibutuhkan. Operasi manufaktur yang sukses terintegrasi erat dengan komponen SCM lainnya untuk memastikan pengiriman bahan mentah dan distribusi produk akhir tepat waktu. Contohnya adalah produsen mobil berkoordinasi dengan pemasok suku cadang untuk memastikan kelancaran proses produksi selaras dengan proyeksi permintaan pasar. Pengiriman, atau logistik, adalah komponen SCM tempat produk diangkut ke tujuan akhir. Tahapan ini sangat penting untuk menjaga kepuasan dan loyalitas pelanggan, karena secara langsung mempengaruhi harapan pelanggan untuk menerima produknya tepat waktu dan dalam kondisi baik. Sistem pengiriman yang efisien memanfaatkan perpaduan moda transportasi dan penyedia logistik untuk mengoptimalkan rute dan mengurangi biaya, seperti perusahaan furnitur yang menggunakan kombinasi pengiriman dan truk untuk mengirimkan produk ke pusat distribusi dan pelanggan.

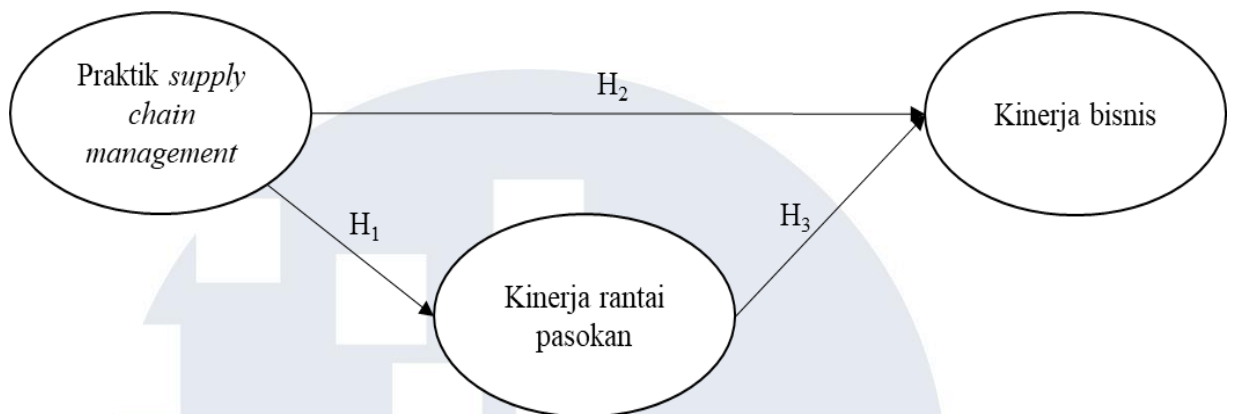
SCM biasanya berusaha mengontrol atau menghubungkan produksi, pengiriman, dan distribusi barang secara terpusat. Perusahaan dapat menghemat uang dan mengirimkan barang ke pelanggan lebih cepat dengan mengelola rantai pasokan (Wang et al., 2018). Ini dicapai melalui pengawasan

yang lebih ketat terhadap persediaan internal perusahaan, produksi internal, distribusi, penjualan, dan persediaan dari vendor eksternal. Rantai pasokan terdiri dari banyak organisasi yang bekerja sama, dan hampir setiap produk yang tersedia di pasar adalah hasil dari kerja sama mereka, yang merupakan dasar SCM. Sebagian besar bisnis baru-baru ini melihat rantai pasokan sebagai nilai tambahan untuk operasi mereka, meskipun rantai pasokan telah ada sejak lama (Kian et al., 2017). Supply chain management mencakup semua tindakan yang berkaitan dengan pengadaan bahan dan layanan, transformasi barang setengah jadi menjadi produk akhir, dan pengiriman produk akhir ke pelanggan. Ini termasuk pembelian dan outsourcing, serta tugas lain yang penting dalam hubungan antara pemasok dan distributor. Menurut Heizer et al. (2017), manajemen rantai pasokan berusaha untuk memastikan bahwa seluruh rantai pasokan memiliki keunggulan yang lebih besar daripada pesaing dan memaksimalkan manfaat yang diperoleh konsumen akhir.

2.2. Model Penelitian

Model Penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 2.1
Model Penelitian

Sumber: Al-Shboul et al (2017)

2.3.Hipotesis

2.3.1. Pengaruh Praktik *Supply Chain Management* Terhadap Kinerja Rantai Pasokan

Supply chain management (SCM) dapat berdampak pada kinerja rantai pasokan perusahaan dengan meningkatkan pendapatan, menurunkan biaya, dan meningkatkan kinerja operasional. SCM mengawasi setiap titik kontak produk atau layanan perusahaan, mulai dari pembuatan awal hingga penjualan akhir (Khan et al., 2022). Rantai pasokan yang optimal dapat menghasilkan biaya yang lebih rendah dan siklus produksi yang lebih efisien. *Supply chain management* juga dapat membantu perusahaan menilai proses mereka, mengidentifikasi dan mengisi kesenjangan, dan memungkinkan pengambilan keputusan lebih cepat. Standar industri telah menjadi rantai pasokan yang tepat waktu (just-in-time) di mana penjualan ritel secara otomatis memberi sinyal pesanan pengisian ulang kepada produsen (Gurahoo & Salisbury, 2018). Dengan parameter SCM saat ini, cloud adalah sekutu alami, karena

aplikasi berbasis cloud secara inheren lebih fleksibel dan mudah beradaptasi terhadap perubahan. Sangat sulit untuk menyesuaikan aplikasi lokal dan aplikasi yang diberi kode khusus sebagai respons terhadap keadaan berfluktuasi yang sering terjadi di lingkungan perusahaan saat ini, seperti masalah sumber daya yang tidak terduga.

Literatur menjelaskan bahwa manajemen rantai pasok mempengaruhi kinerja rantai pasok pada perusahaan. *Supply chain management* merupakan salah satu bentuk praktik dalam aturan rantai pasok multidimensi dengan pendekatan hulu dan hilir (Ul-Hameed et al., 2019). Praktik *supply chain management* (SCMPs) saling terkait dengan kemitraan pemasok, hubungan pelanggan, hubungan pemasok, dan aliran outsourcing produksi. SCMP dilakukan di dalam organisasi, dan pengaruhnya secara keseluruhan datang pada integrasi rantai pasokan (Paul et al., 2014). Terdapat beberapa karakteristik rantai pasokan, seperti manajemen layanan pelanggan, berbagi informasi, dan pengalaman manajemen waktu dalam organisasi dan secara bersamaan diceritakan bahwa outsourcing dan kemitraan pemasok strategis juga terkait dengan rantai pasokan karena berbagi informasi, waktu sehari-hari manajemen, dan kerja yang konsisten dengan aliran produk adalah praktik manajemen rantai pasokan (Al-Shboul et al., 2017). Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa beberapa waktu rantai pasokan berfungsi sebagai pembelian, penjualan, dan pemeliharaan hubungan pelanggan yang berkualitas dalam organisasi (Mogaddam & Azad, 2015). Beberapa dasar manajemen rantai pasokan menghubungkan SCMP dengan integrasi informasi, pertukaran

informasi, lokasi asli, dan kesadaran pelanggan. Kajian teoritis *supply chain management* (SCM) mengungkapkan bahwa pasokan ke atas atau ke hilir dianggap sebagai alat yang cocok untuk kinerja rantai pasokan. Rantai pasokan didasarkan pada pemilihan pemasok, dan keterlibatan mereka dalam pembuatan barang sangat produktif untuk tingkat kinerja organisasi yang lebih luas (Koster et al., 2017).

H₁: praktik *supply chain management* berpengaruh positif terhadap kinerja rantai pasokan

2.3.2. Pengaruh Praktik *Supply Chain Management* Terhadap Kinerja Bisnis

Kinerja perusahaan adalah istilah yang menggambarkan kinerja bisnis suatu perusahaan. Secara khusus, ini berkaitan dengan seberapa baik suatu perusahaan memenuhi tujuan pasar dan keuangan (Al-Shboul et al., 2017). Tujuan jangka panjang manajemen rantai pasokan adalah untuk meningkatkan keuntungan, memasuki pasar baru, meningkatkan kualitas, dan meningkatkan pangsa pasar untuk seluruh rantai pasokan. Di sisi lain, tujuan jangka pendek manajemen rantai pasokan adalah untuk mengurangi persediaan, meningkatkan produktivitas, dan mengurangi waktu siklus produk dan jasa. Menyelaraskan atau menghubungkan operasi, seperti operasi supply chain, dengan metrik keuangan sangat penting untuk mencapai kinerja bisnis yang optimal (Q. Zhang et al., 2020).

Dengan demikian, semakin baik sistem perusahaan untuk mengukur dan melacak kinerja keuangan dan operasionalnya, semakin baik kinerja keuangan dan operasionalnya. Oleh karena itu, mempelajari pengaruh manajemen rantai pasokan terhadap kinerja keuangan perusahaan manufaktur sangat penting (Dhillon et al., 2023). Dalam penelitian ini, proses manufaktur dibangun untuk mencapai hal ini. Menurut Gurahoo & Salisbury (2018), penelitian sebelumnya telah mempertimbangkan kinerja keuangan dan pasar perusahaan. Studi ini juga memasukkan elemen ini ke dalam konstruksi kinerja. Perhitungan keuangan perusahaan biasanya mencakup biaya operasional, penjualan saat ini dan masa depan, biaya transportasi bahan mentah dan produk jadi, dan laba saat ini dan masa depan. Dalam manajemen rantai pasokan, ukuran non-finansial juga penting. Meskipun ukuran kinerja finansial, khususnya keuntungan, merupakan alasan utama keberadaan perusahaan manufaktur dan hubungannya dengan rantai pasokan, ukuran non-finansial juga penting (Li et al., 2006).

H₂: praktik *supply chain management* berpengaruh positif terhadap kinerja bisnis

2.3.3. Pengaruh Kinerja Rantai Pasokan Terhadap Kinerja Bisnis

Kinerja rantai pasokan memberikan gambaran lengkap tentang bagaimana operasi logistik berfungsi di setiap tahap operasi bisnis (Al-Shboul et al., 2017). Ini membantu perusahaan menemukan potensi perbaikan. Memenuhi kebutuhan pelanggan akhir, termasuk ketersediaan produk,

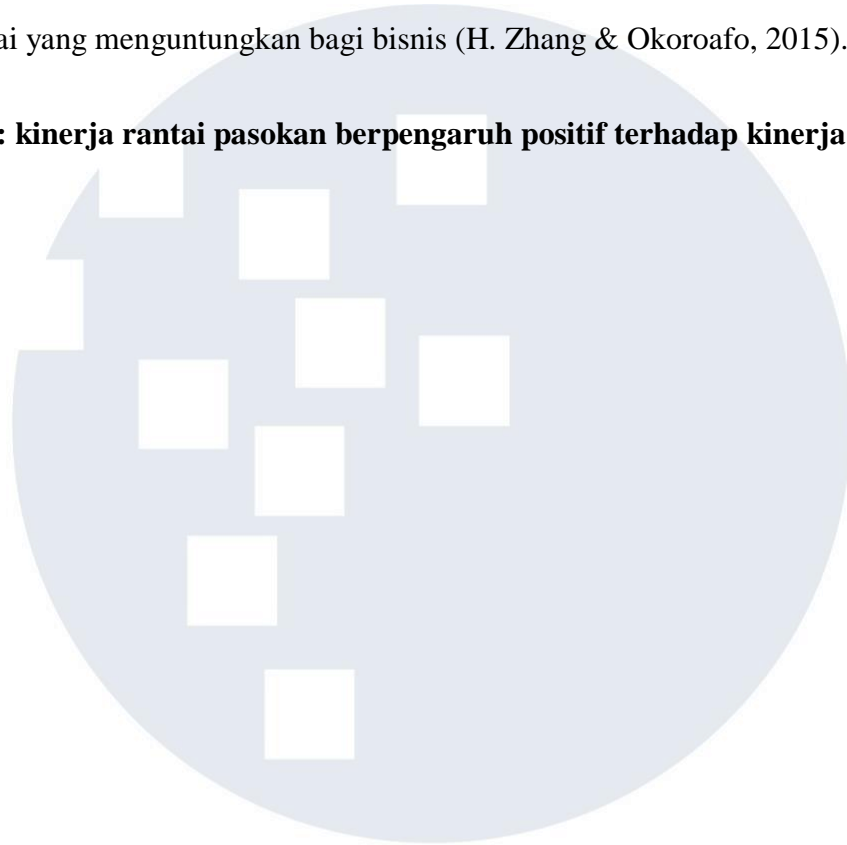
pengiriman tepat waktu, dan semua inventaris dan kapasitas yang diperlukan rantai pasokan, disebut kinerja rantai pasokan (Lerman et al., 2022).

Dengan rantai pasokan yang efektif, bisnis dapat menghemat uang sekaligus tetap puas dengan pelanggannya. Proses pengembalian yang lancar berarti rantai pasokan yang terhubung dengan baik, komunikasi yang lancar, dan tingkat pesanan yang lebih tinggi. Ini juga dapat menghasilkan biaya layanan yang lebih rendah bagi perusahaan (Rizki et al., 2022). Efisiensi menyebabkan rantai pasokan memenuhi atau melampaui harapan pelanggan. Tingkat pesanan yang lebih tinggi, kepuasan pelanggan yang lebih besar, dan biaya layanan yang lebih rendah semuanya menguntungkan perusahaan (Ul-Hameed et al., 2019).

Dalam rantai pasokan, efisiensi seluruh proses dan sumber daya manusia yang digunakan untuk memindahkan barang dan jasa ke pasar diukur dalam hal kinerja yang lebih tinggi. Biasanya, ini diukur melalui biaya layanan (Cirullies et al., 2017). Ketika efisiensi rantai pasokan meningkat, diharapkan untuk memindahkan produk dalam volume yang sama atau lebih besar dengan tingkat kualitas yang sama atau lebih tinggi. Akibatnya, biaya dan anggaran tetap atau dikurangi (Masudin, 2019). Perputaran modal kerja atau kinerja konversi kas adalah alat yang digunakan untuk mengukur peningkatan laba bisnis. Pengelolaan kas dan konversi pendapatan yang menguntungkan adalah hasil dari peningkatan kesehatan bisnis. Meratakan kurva biaya seringkali sulit kecuali ada dua faktor yang dipertimbangkan: kemampuan baru (data dan proses) yang mendorong pengambilan keputusan yang lebih cepat dan

berkualitas lebih tinggi, serta penggunaan alat yang dapat menghasilkan skala nilai yang menguntungkan bagi bisnis (H. Zhang & Okoroafo, 2015)..

H₃: kinerja rantai pasokan berpengaruh positif terhadap kinerja bisnis



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA