

BAB I

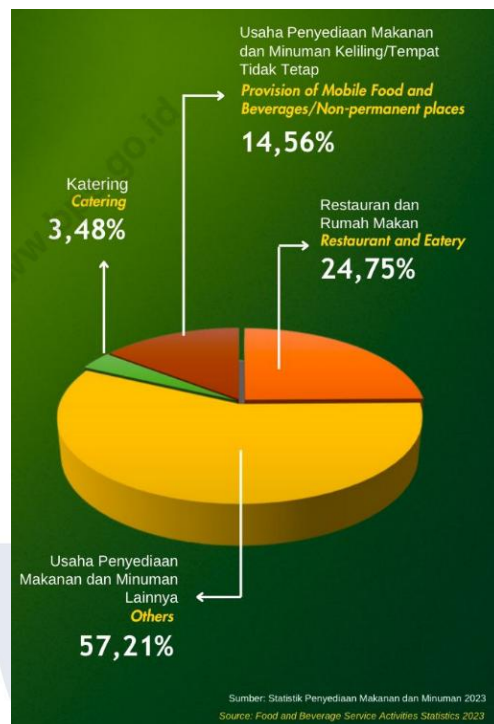
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Industri makanan dan minuman merupakan salah satu sektor dengan kontribusi besar terhadap perekonomian nasional. Data (Badan Pusat Statistik 2024) mencatat terdapat 4,85 juta usaha penyediaan makanan dan minuman di Indonesia, yang tersebar dari usaha mikro hingga besar. Jumlah ini meningkat signifikan dibandingkan tahun 2016, dengan kenaikan sebesar 21,13%, mencerminkan pertumbuhan konsumsi masyarakat dan pergeseran gaya hidup yang semakin bergantung pada sektor kuliner.

Sebagai salah satu wilayah dengan konsentrasi usaha *Food and Beverage* (F&B) tertinggi di Indonesia, Jabodetabek menjadi pusat aktivitas ekonomi, konsumsi, dan perkembangan usaha kuliner, khususnya pada skala mikro dan kecil. Karakteristik wilayah perkotaan dengan tingkat persaingan yang tinggi, dinamika permintaan yang cepat, serta ketergantungan pada pemasok lokal menjadikan Jabodetabek sebagai konteks yang relevan untuk mengkaji kinerja operasional dan integrasi rantai pasok pada usaha mikro dan kecil *Food and Beverage* (F&B).

Jika dilihat dari jenis usaha, mayoritas penyediaan makanan dan minuman masih dikategorikan sebagai “usaha lainnya” (57,21%), sementara restoran dan rumah makan mencakup 24,75%, usaha keliling 14,56%, dan katering 3,48%. Proporsi ini menunjukkan bahwa pelaku usaha di sektor *Food and Beverage* (F&B) sangat beragam, mulai dari usaha mikro dengan modal terbatas hingga restoran besar dengan sistem manajemen lebih formal (Badan Pusat Statistik 2024). Perbedaan jenis dan skala usaha ini berpengaruh langsung pada cara pelaku usaha mengatur koordinasi internal, mengelola kegiatan operasional, serta membangun hubungan dengan pemasok dan pelanggan, terutama pada usaha mikro dan kecil yang mendominasi struktur industri F&B di wilayah perkotaan seperti Jabodetabek.



Gambar 1. 2 Perkembangan Usaha Penyediaan Makanan dan Minuman Sumber: Statistik Penyediaan Makanan dan Minuman 2023

Tabel 4.9 Distribusi Usaha/Perusahaan Penyediaan Makanan dan Minuman menurut Kelompok KBLI dan Kapasitas Tempat Duduk Tersedia, 2023
Table
Distribution of Food and Beverage Service Activities by KBLI Group and Seating Capacity, 2023

Kelompok KBLI Penyediaan Makanan dan Minuman <i>KBLI Group</i>	Kapasitas Tempat Duduk/ <i>Seating Capacity</i>						Jumlah <i>Total</i>
	<10	10-24	25-49	50-74	75-99	100+	
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(7)
Restoran dan Rumah Makan <i>Restaurant</i>	39,59	47,13	8,89	2,34	0,65	1,40	100,00
Jasa Boga <i>Catering</i>	56,51	33,61	0,14	4,48	1,27	3,99	100,00
Usaha Penyediaan Makanan dan Minuman Keliling <i>Provision of Mobile Food and Beverages/ Non-Permanent Places</i>	89,34	10,43	0,23	-	-	-	100,00
Usaha Penyediaan Makanan dan Minuman Lainnya <i>Others</i>	62,87	31,61	4,15	0,81	0,12	0,44	100,00
Indonesia	54,55	37,08	5,87	1,38	0,32	0,80	100,00

Gambar 1. 1 Tabel Perusahaan Penyediaan Makanan dan Minuman menurut Kelompok KBLI dan Kapasitas Tempat duduk Tersedia, 2023

Sumber : Statistik Penyediaan Makanan dan Minuman 2023

Data menunjukkan bahwa sebagian besar usaha *Food and Beverage* (F&B) di Indonesia masih berskala kecil, di mana 54,55% usaha hanya memiliki kurang dari 10 kursi, dan 37,08% memiliki kapasitas 10–24 kursi. Usaha dengan kapasitas besar di atas 100 kursi hanya mencakup 0,80% (Badan Pusat Statistik, 2024). Kondisi ini menunjukkan bahwa sebagian besar usaha masih relatif sederhana dalam hal koordinasi internal. Namun, pada wilayah dengan kepadatan usaha tinggi seperti Jabodetabek, keterbatasan sistem internal pada usaha mikro dan kecil dapat menjadi tantangan serius dalam menjaga kelancaran proses operasional dan konsistensi kualitas layanan.

Usaha *Food and Beverage* (F&B) menuntut sistem yang kuat untuk berbagi informasi dan sinkronisasi aktivitas antar fungsi, seperti produksi, penjualan, persediaan, dan distribusi. Kebutuhan ini menjadi semakin penting bagi usaha mikro dan kecil di wilayah perkotaan yang menghadapi tekanan persaingan tinggi dan perubahan permintaan yang cepat.

Tabel 4.35 Jumlah Tenaga Kerja Usaha/Perusahaan Penyediaan Makanan dan Minuman menurut Kelompok KBLI dan Status Pekerja, 2023
Table *Number of Workers in Food and Beverage Service Activities by KBLI Group and Employment Status, 2023*

Kelompok KBLI Penyediaan Makanan dan Minuman <i>KBLI Group</i>	Jumlah Pekerja <i>Number of Workers</i>		
	Pekerja Dibayar <i>Paid Worker</i>	Pekerja Tidak Dibayar <i>Unpaid Worker</i>	Jumlah <i>Total</i>
(1)	(2)	(3)	(4)
Restoran dan Rumah Makan <i>Restaurant and Eatery</i>	1.477.577	1.855.584	3.333.161
Jasa Boga <i>Catering</i>	218.935	266.459	485.394
Usaha Penyediaan Makanan dan Minuman Keliling <i>Provision of Mobile Food and Beverages/ Non-Permanent Places</i>	106.107	993.562	1.099.669
Usaha Penyediaan Makanan dan Minuman Lainnya <i>Others</i>	1.001.206	3.909.756	4.910.962
Indonesia	2.803.825	7.025.361	9.829.186

Gambar 1. 3 Tabel Perusahaan Penyediaan Makanan dan Minuman menurut kelompok KBLI dan Status Pekerja, 2023
Sumber : Statistik Penyediaan Makanan dan Minuman 2023

Berdasarkan tabel ini (Badan Pusat Statistik 2024), sebagian besar tenaga kerja di sektor penyediaan makanan dan minuman masih berasal dari kelompok informal. Hal ini menunjukkan bahwa banyak usaha, terutama skala mikro dan kecil, belum memiliki sistem pengelolaan SDM yang terstruktur. Kondisi ini bisa menjadi kendala dalam integrasi internal karena koordinasi kerja belum diatur secara baku. Sebaliknya, untuk usaha berskala besar yang didukung tenaga kerja formal, dibutuhkan mekanisme pengaturan dan koordinasi yang lebih terstruktur agar proses operasional tetap efektif.

Tabel 4.34 Jumlah Tenaga Kerja Usaha/Perusahaan Penyediaan Makanan dan Minuman menurut Provinsi dan Status Pekerja, 2023
Number of Workers in Food and Beverage Service Activities by Province and Employment Status, 2023

Provinsi Province	Jumlah Pekerja Number of Workers		
	Pekerja Dibayar Paid Worker	Pekerja Tidak Dibayar Unpaid Worker	Jumlah Total
(1)	(2)	(3)	(4)
1. Aceh	78.169	95.086	173.255
2. Sumatera Utara	183.152	348.059	531.211
3. Sumatera Barat	37.750	150.063	187.813
4. Riau	75.102	163.207	238.309
5. Jambi	23.353	56.579	79.932
6. Sumatera Selatan	78.115	103.461	181.576
7. Bengkulu	20.772	42.729	63.501
8. Lampung	42.405	129.607	172.012
9. Kep. Bangka Belitung	20.888	21.922	42.810
10. Kepulauan Riau	34.521	42.921	77.442
11. DKI Jakarta	305.539	413.497	719.036
12. Jawa Barat	423.741	1.887.864	2.311.605
13. Jawa Tengah	323.403	1.036.720	1.360.123
14. D.I. Yogyakarta	77.458	102.784	180.242
15. Jawa Timur	355.253	1.111.985	1.467.238
16. Banten	156.678	309.056	465.734
17. Bali	87.438	114.735	202.173
18. Nusa Tenggara Barat	26.602	99.388	125.990
19. Nusa Tenggara Timur	33.137	27.548	60.685
20. Kalimantan Barat	62.662	57.754	120.416
21. Kalimantan Tengah	28.813	60.864	89.677
22. Kalimantan Selatan	54.363	113.558	167.921
23. Kalimantan Timur	49.384	97.211	146.595
24. Kalimantan Utara	8.257	18.913	27.170
25. Sulawesi Utara	37.239	52.090	89.329
26. Sulawesi Tengah	21.419	60.372	81.791
27. Sulawesi Selatan	87.553	148.403	235.956
28. Sulawesi Tenggara	18.175	45.285	63.460
29. Gorontalo	7.439	27.840	35.279
30. Sulawesi Barat	10.535	19.185	29.720
31. Maluku	7.137	26.546	33.683
32. Maluku Utara	7.310	12.721	20.031
33. Papua Barat	5.591	9.672	15.263
34. Papua	14.472	17.736	32.208
Indonesia	2.803.825	7.025.361	9.829.186

Gambar 1. 4 Tabel Perusahaan Penyediaan Makanan dan Minuman menurut Provinsi dan Status Pekerja, 2023
 Sumber : Statistik Penyediaan Makanan dan Minuman 2023

Tabel dari (Badan Pusat Statistik 2024) ini juga menampilkan perbedaan jumlah tenaga kerja antar provinsi. Wilayah di Pulau Jawa, memiliki jumlah tenaga kerja yang lebih besar dibandingkan daerah lain. Perbedaan ini mencerminkan adanya ketimpangan kapasitas sumber daya manusia, sehingga provinsi dengan tenaga kerja lebih banyak membutuhkan strategi integrasi internal yang lebih serius untuk memastikan kegiatan usaha dapat berjalan optimal.

Integrasi internal yang baik belum cukup menjamin keberhasilan operasional apabila tidak diikuti dengan pengelolaan faktor eksternal. Salah satu elemen kunci adalah hubungan dengan pemasok, mengingat ketersediaan bahan baku yang stabil, berkualitas, dan terjangkau merupakan prasyarat utama dalam mendukung kelancaran proses produksi. Oleh karena itu, integrasi dengan pemasok (*Supplier Integration*) menjadi dimensi penting yang harus diperhatikan oleh pelaku usaha *Food and Beverage* (F&B).



Tabel 4.20 Persentase Pembelian Bahan Baku Utama Penyediaan Makanan dan Minuman menurut Provinsi dan Asal Pembelian Bahan Baku Utama, 2023
Percentage of Main Raw Material Purchases for Food and Beverage Service Activities by Province and Source of Main Raw Material Purchases, 2023

Provinsi <i>Province</i>	Asal Pembelian Bahan Baku <i>Origin of Raw Material Purchase</i>				Jumlah <i>Total</i>
	Satu Kabupaten/ Kota <i>In the district</i>	Luar Kabupaten/ Kota <i>Out side The district</i>	Provinsi Lain <i>Other Province</i>	Luar Negeri <i>Overseas</i>	
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
1. Aceh	93,62	4,19	2,13	0,06	100,00
2. Sumatera Utara	95,36	4,54	0,10	~0	100,00
3. Sumatera Barat	90,91	5,70	3,39	~0	100,00
4. Riau	95,29	3,67	1,04	~0	100,00
5. Jambi	95,83	3,68	0,48	0,01	100,00
6. Sumatera Selatan	91,27	4,66	4,06	0,01	100,00
7. Bengkulu	81,90	14,77	3,33	~0	100,00
8. Lampung	96,24	3,34	0,42	~0	100,00
9. Kep. Bangka Belitung	96,45	1,28	2,27	~0	100,00
10. Kepulauan Riau	99,07	0,12	0,77	0,04	100,00
11. DKI Jakarta	94,13	3,83	1,80	0,24	100,00
12. Jawa Barat	95,93	3,65	0,39	0,03	100,00
13. Jawa Tengah	94,49	4,98	0,53	~0	100,00
14. D.I. Yogyakarta	87,89	9,65	2,41	0,05	100,00
15. Jawa Timur	95,91	3,51	0,58	~0	100,00
16. Banten	94,98	3,64	1,38	~0	100,00
17. Bali	94,40	5,10	0,46	0,04	100,00
18. Nusa Tenggara Barat	96,06	3,22	0,72	~0	100,00
19. Nusa Tenggara Timur	96,58	0,83	2,59	~0	100,00
20. Kalimantan Barat	95,99	3,38	0,57	0,06	100,00
21. Kalimantan Tengah	96,80	0,79	2,41	~0	100,00
22. Kalimantan Selatan	93,28	5,93	0,79	~0	100,00
23. Kalimantan Timur	97,63	1,54	0,83	~0	100,00
24. Kalimantan Utara	97,11	0,71	2,13	0,05	100,00
25. Sulawesi Utara	92,91	3,79	1,34	0,56	100,00
26. Sulawesi Tengah	98,12	1,31	0,57	~0	100,00
27. Sulawesi Selatan	95,58	3,95	0,30	0,17	100,00
28. Sulawesi Tenggara	94,41	4,04	1,50	0,05	100,00
29. Gorontalo	90,89	8,65	0,46	~0	100,00
30. Sulawesi Barat	93,75	4,17	2,08	~0	100,00
31. Maluku	91,64	8,02	0,12	0,02	100,00
32. Maluku Utara	97,35	1,07	1,58	~0	100,00
33. Papua Barat	97,16	1,35	1,49	~0	100,00
34. Papua	97,07	1,29	1,64	~0	100,00
Indonesia	95,04	4,03	0,86	0,07	100,00

Gambar 1. 5 Tabel Perusahaan Penyediaan Makanan dan Minuman menurut Provinsi dan Asal Pembelian Bahan Baku Utama, 2023

Sumber : Statistik Penyediaan Makanan dan Minuman 2023

Sebagian besar usaha penyediaan makanan dan minuman di Indonesia masih mengandalkan bahan baku dari wilayah lokal (kabupaten/kota), dengan porsi lebih dari 90% di hampir seluruh provinsi (Badan Pusat Statistik, 2024). Ketergantungan ini memang memudahkan distribusi, tetapi juga meningkatkan kerentanan usaha

mikro dan kecil terhadap fluktuasi harga dan keterbatasan pasokan, terutama di wilayah dengan aktivitas ekonomi tinggi seperti Jabodetabek.

Tabel 4.21 Persentase Pembelian Bahan Baku Utama Penyediaan Makanan dan Minuman menurut Kelompok KBLI dan Asal Pembelian Bahan Baku Utama, 2023
Percentage of Main Raw Material Purchases for Food and Beverage Service Activities by KBLI Group and Source of Main Raw Material Purchases, 2023

Kelompok KBLI Penyediaan Makanan dan Minuman KBLI Group	Asal Pembelian Bahan Baku Utama Source of Main Raw Material Purchases				Jumlah / Total
	Satu Kabupaten/ Kota In the district	Luar Kabupaten/ Kota Out side The district	Provinsi Lain Other Province	Luar Negeri Overseas	
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Restoran dan Rumah Makan Restaurant and Eatery	94,78	4,28	0,85	0,05	100,00
Jasa Boga Catering	96,59	2,99	0,39	0,03	100,00
Usaha Penyediaan Makanan dan Minuman Keliling Provision of Mobile Food and Beverages/ Non- Permanent Places	96,12	3,14	0,63	0,10	100,00
Usaha Penyediaan Makanan dan Minuman Lainnya Others	94,79	4,22	0,96	0,02	100,00
Indonesia	95,04	4,03	0,86	0,04	100,00

Gambar 1. 6 Tabel Perusahaan Penyediaan Makanan dan Minuman menurut Kelompok KBLI dan Asal Pembelian Bahan Baku Utama, 2023

Sumber : Statistik Penyediaan Makanan dan Minuman 2023

Data menunjukkan bahwa jasa boga dan usaha penyedia makanan keliling memperoleh lebih dari 96% bahan baku dari wilayah setempat, sehingga ketergantungan pada pasokan lokal sangat tinggi. Sebaliknya, restoran dan rumah makan, meskipun juga mayoritas mengandalkan bahan baku lokal, memiliki proporsi lebih besar dalam memanfaatkan pasokan dari luar kabupaten hingga luar negeri. Perbedaan ini mencerminkan adanya variasi tingkat kemampuan integrasi dengan pemasok, di mana usaha kecil lebih terbatas secara lokal, sedangkan usaha

yang lebih besar mampu menjalin kemitraan pasok lintas wilayah (Badan Pusat Statistik 2024).

Tabel 4.44 Persentase Sumber Perolehan Modal Usaha/Perusahaan Penyediaan Makanan dan Minuman menurut Provinsi dan Jenis Sumber Modal Usaha, 2023
Table *Percentage of Capital Sources for Food and Beverage Service Activities by Province and Type of Capital Source, 2023*

Provinsi <i>Province</i>	Sumber Modal Usaha <i>Capital Source</i>				Jumlah <i>Total</i>
	Pemerintah <i>Government</i>	Swasta <i>Private</i>	Perorangan <i>Personal</i>	Asing <i>Foreign</i>	
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
1. Aceh	0,08	0,49	99,43	–	100,00
2. Sumatera Utara	1,12	1,21	97,66	~0	100,00
3. Sumatera Barat	3,27	1,50	95,23	–	100,00
4. Riau	1,59	1,17	97,24	–	100,00
5. Jambi	1,25	0,39	98,36	–	100,00
6. Sumatera Selatan	0,41	0,45	99,06	0,09	100,00
7. Bengkulu	0,28	3,03	96,69	–	100,00
8. Lampung	1,16	0,86	97,98	–	100,00
9. Kep. Bangka Belitung	0,29	0,20	99,51	–	100,00
10. Kepulauan Riau	1,25	1,48	97,26	0,01	100,00
11. DKI Jakarta	0,18	2,10	97,71	0,01	100,00
12. Jawa Barat	1,48	3,02	95,50	~0	100,00
13. Jawa Tengah	0,07	1,06	98,87	~0	100,00
14. D.I. Yogyakarta	1,19	1,52	97,17	0,12	100,00
15. Jawa Timur	1,35	1,62	97,03	~0	100,00
16. Banten	0,83	1,29	97,87	~0	100,00
17. Bali	1,86	1,84	95,79	0,51	100,00
18. Nusa Tenggara Barat	2,20	3,60	94,20	~0	100,00
19. Nusa Tenggara Timur	1,80	2,46	95,46	0,28	100,00
20. Kalimantan Barat	0,33	0,14	99,52	–	100,00
21. Kalimantan Tengah	0,81	0,64	98,55	–	100,00
22. Kalimantan Selatan	0,90	1,02	98,08	–	100,00
23. Kalimantan Timur	1,10	0,18	98,72	~0	100,00
24. Kalimantan Utara	0,33	0,01	99,67	–	100,00
25. Sulawesi Utara	3,34	2,03	94,15	0,49	100,00
26. Sulawesi Tengah	1,65	1,63	96,72	~0	100,00
27. Sulawesi Selatan	2,16	0,80	97,04	~0	100,00
28. Sulawesi Tenggara	4,06	1,33	94,61	–	100,00
29. Gorontalo	0,06	0,68	99,26	–	100,00
30. Sulawesi Barat	1,38	0,92	97,70	–	100,00
31. Maluku	1,66	1,40	96,93	–	100,00
32. Maluku Utara	0,51	0,75	98,74	–	100,00
33. Papua Barat	0,00	1,99	98,01	–	100,00
34. Papua	0,63	1,71	97,66	–	100,00
Indonesia	1,10	1,78	97,10	0,02	100,00

Gambar 1. 7 Tabel Presentase Sumber Perolehan Modal Perusahaan Penyediaan Makanan dan Minuman menurut Provinsi dan Jenis Sumber Modal Usaha, 2023

Sumber : Statistik Penyediaan Makanan dan Minuman 2023

Gambar 1. 7 Tabel Presentase Sumber Perolehan Modal Perusahaan Penyediaan Makanan dan Minuman menurut Provinsi dan Jenis Sumber Modal Usaha, 2023
Sumber : Statistik Penyediaan Makanan dan Minuman 2023

Sebagian besar modal usaha *Food and Beverage* (F&B) di Indonesia masih bersumber dari perorangan, dengan proporsi mencapai 97,10%. Hanya sebagian kecil yang memperoleh pendanaan melalui lembaga keuangan formal seperti bank, koperasi, maupun investor swasta. Situasi ini menunjukkan bahwa usaha mikro dan kecil memiliki keterbatasan dalam menjalin kemitraan formal dengan pemasok, karena lemahnya posisi tawar akibat minimnya dukungan finansial (Badan Pusat Statistik 2024).

Tabel 4.45 Persentase Sumber Perolehan Modal Usaha/Perusahaan Penyediaan Makanan dan Minuman menurut Kelompok KBLI dan Jenis Sumber Modal Usaha, 2023
Table Percentage of Capital Sources for Food and Beverage Service Activities by KBLI Group and Type of Capital Source, 2023

Kelompok KBLI Penyediaan Makanan dan Minuman <i>KBLI Group</i>	Sumber Modal Usaha <i>Capital Source</i>				Jumlah <i>Total</i>
	Pemerintah <i>Government</i>	Swasta <i>Private</i>	Perorangan <i>Personal</i>	Asing <i>Foreign</i>	
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Restoran dan Rumah Makan <i>Restaurant and Eatery</i>	1,20	1,75	96,99	0,05	100
Jasa Boga <i>Catering</i>	0,92	1,32	97,76	–	100
Usaha Penyediaan Makanan dan Minuman Keliling <i>Provision of Mobile Food and Beverages/ Non-Permanent Places</i>	1,05	2,11	96,83	–	100
Usaha Penyediaan Makanan dan Minuman Lainnya <i>Others</i>	1,08	1,73	97,18	0,01	100
Indonesia	1,10	1,78	97,10	0,02	100

Gambar 1. 8 Tabel Presentase Sumber Perolehan Modal Perusahaan Penyediaan Makanan dan Minuman menurut Kelompok KBLI dan Jenis Sumber Modal Usaha, 2023
Sumber : Statistik Penyediaan Makanan dan Minuman 2023

Tabel (Badan Pusat Statistik 2024) ini memperlihatkan bahwa ketergantungan terhadap modal perorangan tetap sangat tinggi pada semua jenis usaha *Food and Beverage* (F&B), dengan proporsi lebih dari 96%. Jasa boga mencatat angka tertinggi 97,76%, diikuti usaha lainnya yang tidak jauh berbeda. Meskipun restoran sedikit lebih bervariasi dalam sumber pendanaan, ketergantungan yang besar pada

modal pribadi menandakan keterbatasan akses pembiayaan formal. Kondisi ini membuat peluang membangun kontrak jangka panjang dengan pemasok relatif lemah, terutama bagi usaha berskala kecil.

Selain hubungan dengan pemasok, keberhasilan rantai pasok juga sangat ditentukan oleh keterhubungan dengan pelanggan. Perubahan perilaku konsumen yang semakin digital menuntut pelaku usaha *Food and Beverage* (F&B) untuk mampu beradaptasi, tidak hanya dalam menyediakan produk, tetapi juga dalam menjalin komunikasi, promosi, hingga transaksi secara langsung dengan pelanggan. Oleh karena itu, integrasi dengan pelanggan (*Customer Integration*) menjadi dimensi penting berikutnya dalam mendukung kinerja operasional.



Tabel 4.26 Distribusi Usaha/Perusahaan Penyediaan Makanan dan Minuman menurut Provinsi dan Penggunaan Internet, 2023
Table *Distribution of Food and Beverage Service Activities by Province and Internet Usage, 2023*

Provinsi Province	Jenis Indikator Indicator Type		
	Menggunakan internet Using internet	Tidak menggunakan internet Not using internet	Jumlah Total
(1)	(2)	(3)	(4)
1. Aceh	15,06	84,94	100,00
2. Sumatera Utara	20,33	79,67	100,00
3. Sumatera Barat	20,85	79,15	100,00
4. Riau	22,91	77,09	100,00
5. Jambi	30,55	69,45	100,00
6. Sumatera Selatan	33,65	66,35	100,00
7. Bengkulu	32,13	67,87	100,00
8. Lampung	34,95	65,05	100,00
9. Kep. Bangka Belitung	30,99	69,01	100,00
10. Kepulauan Riau	43,06	56,94	100,00
11. DKI Jakarta	40,33	59,67	100,00
12. Jawa Barat	34,78	65,22	100,00
13. Jawa Tengah	39,43	60,57	100,00
14. D.I. Yogyakarta	59,60	40,40	100,00
15. Jawa Timur	34,48	65,52	100,00
16. Banten	26,96	73,04	100,00
17. Bali	29,36	70,64	100,00
18. Nusa Tenggara Barat	16,23	83,77	100,00
19. Nusa Tenggara Timur	35,54	64,46	100,00
20. Kalimantan Barat	31,89	68,11	100,00
21. Kalimantan Tengah	31,54	68,46	100,00
22. Kalimantan Selatan	21,67	78,33	100,00
23. Kalimantan Timur	25,87	74,13	100,00
24. Kalimantan Utara	31,93	68,07	100,00
25. Sulawesi Utara	30,43	69,57	100,00
26. Sulawesi Tengah	24,91	75,09	100,00
27. Sulawesi Selatan	30,36	69,64	100,00
28. Sulawesi Tenggara	27,26	72,74	100,00
29. Gorontalo	39,40	60,60	100,00
30. Sulawesi Barat	38,76	61,24	100,00
31. Maluku	17,94	82,06	100,00
32. Maluku Utara	20,48	79,52	100,00
33. Papua Barat	15,98	84,02	100,00
34. Papua	20,37	79,63	100,00
Indonesia	33,13	66,87	100,00

Gambar 1. 9 Tabel Distribusi Perusahaan Penyediaan Makanan dan Minuman Menurut Provinsi dan Penggunaan Internet, 2023
 Sumber : Statistik Penyediaan Makanan dan Minuman 2023

Penggunaan internet oleh usaha *Food and Beverage* (F&B) di Indonesia masih terbatas, dimana secara nasional hanya 33,13% yang sudah memanfaatkannya, sedangkan 66,87% belum. Angka ini bervariasi antar provinsi, dengan DKI Jakarta (40,33%) dan DI Yogyakarta (59,60%) relatif tinggi, sementara Aceh (15,06%) dan Papua Barat (15,98%) sangat rendah. Hal ini menunjukkan bahwa integrasi dengan pelanggan melalui media digital masih terpusat di wilayah perkotaan, sementara di

daerah lain masih tertinggal karena keterbatasan infrastruktur (Badan Pusat Statistik 2024).

Tabel 4.27 Distribusi Usaha/Perusahaan Penyediaan Makanan dan Minuman menurut Kelompok KBLI dan Penggunaan Internet, 2023
Distribution of Food and Beverage Service Activities by KBLI Group and Internet Usage, 2023

Kelompok KBLI Penyediaan Makanan dan Minuman <i>KBLI Group</i>	Jenis Indikator <i>Indicator Type</i>		
	Menggunakan internet <i>Using internet</i>	Tidak menggunakan internet <i>Not using internet</i>	Jumlah <i>Total</i>
(1)	(2)	(3)	(4)
Restoran dan Rumah Makan <i>Restaurant and Eatery</i>	40,12	59,88	100,00
Jasa Boga <i>Catering</i>	76,04	23,96	100,00
Usaha Penyediaan Makanan dan Minuman Keliling <i>Provision of Mobile Food and Beverages/ Non-Permanent Places</i>	18,45	81,55	100,00
Usaha Penyediaan Makanan dan Minuman Lainnya <i>Others</i>	31,23	68,77	100,00
Indonesia	33,13	66,87	100,00

Gambar 1. 10 Tabel Distribusi Perusahaan Penyediaan Makanan dan Minuman Menurut Kelompok KBLI dan Penggunaan Internet, 2023

Sumber : Statistik Penyediaan Makanan dan Minuman 2023

Pemanfaatan internet ternyata berbeda pada tiap jenis usaha. Jasa boga paling banyak menggunakan internet (76,04%), diikuti restoran/rumah makan (40,12%), dan usaha makanan-minuman lainnya (31,23%). Usaha keliling justru sangat rendah, hanya 18,45%. Kondisi ini menggambarkan bahwa unit usaha yang lebih besar dan terstruktur lebih mampu memanfaatkan teknologi digital untuk mendekatkan diri ke pelanggan, sementara usaha kecil masih bergantung pada interaksi tatap muka. Artinya, penggunaan internet menjadi salah satu faktor yang menentukan seberapa kuat integrasi dengan pelanggan dapat terbangun (Badan Pusat Statistik 2024).

Tabel 4.29 Distribusi Usaha/Perusahaan Penyediaan Makanan dan Minuman menurut Kelompok KBLI dan Tujuan Penggunaan Internet, 2023
Table *Distribution of Food and Beverage Service Activities by KBLI Group and Purpose of Internet Usage, 2023*

Kelompok KBLI Penyediaan Makanan dan Minuman KBLI Group	Tujuan Penggunaan internet Purpose of Internet Uses				
	Pemasaran/ Promosi Produk Marketing/ Product Promotion	Pemesanan Produk Product Ordering	Transaksi Pendapatan/ Pembelian Income/ Purchase Transactions	Lainnya Others	Tidak Menggunakan Internet Not Using Internet
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Restoran dan Rumah Makan Restaurant and Eatery	22,42	31,14	10,69	1,32	59,87
Jasa Boga Catering	49,15	63,57	21,62	0,88	23,96
Usaha Penyediaan Makanan dan Minuman Keliling Provision of Mobile Food and Beverages/ Non- Permanent Places	8,95	14,18	1,42	1,00	81,55
Usaha Penyediaan Makanan dan Minuman Lainnya Others	17,52	23,97	7,25	1,16	68,77
Indonesia	18,59	25,70	7,75	1,17	66,86

Gambar 1. 11 Tabel Distribusi Perusahaan Penyediaan Makanan dan Minuman Menurut Provinsi dan Tujuan Penggunaan Internet, 2023 Sumber : Statistik Penyediaan Makanan dan Minuman 2023

Pemanfaatan internet pada usaha *Food and Beverage* (F&B) menunjukkan perbedaan yang cukup mencolok antar jenis usaha. Jasa boga menjadi kelompok paling aktif, dengan mayoritas pelaku memanfaatkan internet untuk pemesanan produk (63,57%), promosi (49,15%), dan transaksi (21,62%), sementara hanya 23,96% yang belum menggunakannya. Pada restoran dan rumah makan, internet lebih banyak dipakai untuk pemesanan (31,14%) dan promosi (22,42%), meski masih ada sekitar 59,87% yang belum beralih ke kanal digital. Usaha keliling mencatat tingkat adopsi terendah, dengan 81,55% sama sekali belum menggunakan internet, sebagian kecil hanya memanfaatkannya untuk pemesanan (14,18%) dan promosi (8,95%). Pola serupa terlihat pada usaha lainnya, dimana internet digunakan terutama untuk pemesanan (23,97%) dan promosi (17,52%), namun sebagian besar 68,77% belum memanfaatkannya. Temuan ini menegaskan bahwa unit usaha yang lebih terstruktur khususnya jasa boga lebih siap mengintegrasikan

teknologi digital untuk memperkuat hubungan dengan pelanggan, sedangkan usaha mikro seperti usaha keliling masih bergantung pada interaksi langsung. Dengan demikian, tingkat adopsi internet menjadi faktor penting dalam membangun *Customer Integration* yang efektif (Badan Pusat Statistik 2024).

Tabel 4.30 Distribusi Usaha/Perusahaan Penyediaan Makanan dan Minuman menurut Provinsi dan Media Penggunaan Internet, 2023
Table **Distribution of Food and Beverage Service Activities by Province and Internet Usage Media, 2023**

Provinsi Province	Jenis Media internet Internet media					
	Website Website	Email marketing Email marketing	Pesan instan Instan Message (whatsapp, telegram, etc)	Media social Social Media (IG, Facebook, Tiktok, etc)	Marketplace/ platform digital Marketplace/ platform digital (Gofood, Shopee, dll)	Tidak Menggunakan Internet Not Using Internet
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
1. Aceh	0,60	1,24	3,29	12,15	7,08	84,94
2. Sumatera Utara	0,09	0,08	5,07	15,85	10,74	79,67
3. Sumatera Barat	0,11	0,30	1,63	18,48	6,55	79,15
4. Riau	0,03	0,07	4,58	18,96	10,42	77,09
5. Jambi	0,02	0,02	4,52	26,25	16,11	69,45
6. Sumatera Selatan	0,32	0,48	8,54	27,98	11,90	66,34
7. Bengkulu	0,01	1,29	4,52	30,47	16,68	67,87
8. Lampung	0,05	0,01	2,88	32,92	9,00	65,05
9. Kep. Bangka Belitung	0,02	0,18	6,70	26,52	13,03	69,01
10. Kepulauan Riau	0,20	0,06	10,98	35,29	11,18	56,93
11. DKI Jakarta	0,74	0,90	16,14	35,17	7,37	59,65
12. Jawa Barat	0,07	0,09	4,62	33,27	4,77	65,22
13. Jawa Tengah	0,06	0,21	4,38	38,45	5,64	60,57
14. D.I. Yogyakarta	0,20	0,24	13,45	56,75	13,14	40,40
15. Jawa Timur	0,25	0,14	4,05	32,94	5,18	65,52
16. Banten	0,58	0,71	6,44	24,42	6,50	73,04
17. Bali	1,20	1,20	9,36	25,10	11,96	70,61
18. Nusa Tenggara Barat	0,04	0,05	2,10	12,16	10,64	83,76
19. Nusa Tenggara Timur	0,37	1,80	11,61	26,91	21,28	64,46
20. Kalimantan Barat	0,28	0,17	7,68	28,44	11,69	68,10
21. Kalimantan Tengah	0,02	0,36	9,78	24,01	17,63	68,45
22. Kalimantan Selatan	0,14	0,70	5,61	19,09	6,44	78,32
23. Kalimantan Timur	0,15	0,41	9,30	21,03	7,86	74,12
24. Kalimantan Utara	0,01	0,01	6,12	25,83	21,37	68,06
25. Sulawesi Utara	0,31	0,23	9,24	21,09	24,06	69,56
26. Sulawesi Tengah	0,01	0,01	4,41	22,71	17,00	75,08
27. Sulawesi Selatan	0,04	0,16	4,81	26,28	14,34	69,64
28. Sulawesi Tenggara	0,09	0,02	3,88	25,99	19,15	72,74
29. Gorontalo	0,01	0,01	3,48	36,71	29,08	60,60
30. Sulawesi Barat	0,01	0,01	2,14	37,21	16,25	61,24
31. Maluku	0,18	0,19	2,04	11,35	14,70	82,06
32. Maluku Utara	-	-	2,38	10,44	17,87	79,53
33. Papua Barat	0,80	0,07	0,53	11,73	10,54	83,98
34. Papua	0,34	0,73	3,06	16,17	9,23	79,63
Indonesia	0,21	0,28	5,80	30,55	7,53	66,86

Gambar 1. 12 Tabel Distribusi Perusahaan Penyediaan Makanan dan Minuman Menurut Provinsi dan Media Penggunaan Internet, 2023

Sumber : Statistik Penyediaan Makanan dan Minuman 2023

Dari sisi media internet yang dipakai, pelaku usaha *Food and Beverage* (F&B) di Indonesia paling banyak memanfaatkan media sosial 30,55% serta marketplace/platform digital 7,53%. Sebaliknya, penggunaan website 0,21% maupun email marketing 0,28% masih relatif rendah. Media sosial menjadi saluran utama karena dianggap lebih praktis, murah, dan efektif dalam memperluas jangkauan konsumen.

Selain itu, aplikasi pesan instan seperti WhatsApp dan Telegram juga cukup menonjol 5,80%, terutama untuk kebutuhan komunikasi langsung dan transaksi sederhana dengan pelanggan. Namun, pemanfaatan ini tidak merata. Provinsi-provinsi seperti DKI Jakarta, Yogyakarta, dan Bali tampak lebih maju dalam penggunaan media sosial maupun *marketplace* dibanding daerah lainnya, yang menunjukkan adanya kesenjangan digital antarwilayah (Badan Pusat Statistik 2024).

Kecenderungan dominan pada media sosial dan *marketplace* ini menandakan perubahan pola integrasi pelanggan dalam industri *Food and Beverage* (F&B). Aliran informasi, promosi, hingga transaksi semakin terdigitalisasi, sehingga konsumen tidak hanya menjadi penerima informasi, melainkan juga ikut aktif berinteraksi serta memengaruhi jalannya proses bisnis.

Tabel 4.31 Distribusi Usaha/Perusahaan Penyediaan Makanan dan Minuman menurut Kelompok KBLI dan Media Penggunaan Internet, 2023
Table *Distribution of Food and Beverage Service Activities by KBLI Group and Internet Usage Media, 2023*

Kelompok KBLI Penyediaan Makanan dan Minuman KBLI Group	Jenis Media internet Internet media					
	Website Website	Email marketing Email marketing	Pesan instan Instan Message (whatsapp, telegram, etc)	Media social Social Media (IG, Facebook, Tiktok, etc)	Marketplace/ platform digital Marketplace/ platform digital (Gofood, Shopee, dll)	Tidak Menggunakan Internet Not Using Internet
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
Restoran dan Rumah Makan <i>Restaurant and Eatery</i>	0,52	0,50	10,21	35,96	9,49	59,87
Jasa Boga Catering	0,58	1,18	4,47	73,62	21,54	23,96
Usaha Penyediaan Makanan dan Minuman Keliling <i>Provision of Mobile Food and Beverages/ Non-Permanent Places</i>	–	–	0,39	17,79	2,32	81,55
Usaha Penyediaan Makanan dan Minuman Lainnya <i>Others</i>	0,11	0,20	5,35	28,84	7,15	68,77
Indonesia	0,21	0,28	5,80	30,55	7,53	66,86

Gambar 1. 13 Tabel Distribusi Perusahaan Penyediaan Makanan dan Minuman Menurut Kelompok KBLI dan Media Penggunaan Internet, 2023

Sumber : Statistik Penyediaan Makanan dan Minuman 2023

Pemanfaatan media digital pada usaha *Food and Beverage* (F&B) menunjukkan variasi yang cukup jelas antarjenis usaha. Jasa Boga menjadi kelompok yang paling intensif menggunakan media sosial 73,62% dan *marketplace* 21,54%, sehingga tampak lebih responsif dalam memanfaatkan platform digital sebagai sarana promosi dan pemesanan. Sementara itu, restoran dan rumah makan berada pada tingkat yang lebih rendah, dengan penggunaan media sosial 35,96% dan *marketplace* 9,49%.

Untuk usaha penyedia makanan keliling, sebagian besar masih belum terhubung ke internet 81,55% tidak menggunakan internet. Hanya sedikit yang menggunakan media sosial 17,79% atau *marketplace* 2,32%, yang menunjukkan keterbatasan akses teknologi sekaligus skala usaha yang relatif kecil. Adapun kelompok usaha lainnya menempati posisi tengah, dengan penggunaan media sosial

28,84% dan *marketplace* 7,15%, lebih baik daripada usaha keliling namun masih jauh di bawah jasa boga (Badan Pusat Statistik 2024).

Temuan ini menegaskan bahwa karakteristik usaha dan skalanya sangat berpengaruh terhadap tingkat *Customer Integration* secara digital. Usaha yang lebih besar, terutama jasa boga, cenderung terdorong untuk mengoptimalkan platform digital dalam memperluas pasar dan meningkatkan interaksi dengan konsumen. Sebaliknya, usaha kecil dan informal masih bertumpu pada pola komunikasi langsung serta hubungan tatap muka.

Meskipun sektor *Food and Beverage* (F&B) terus berkembang pesat di Indonesia, banyak pelaku usaha masih menghadapi tantangan dalam mencapai kinerja operasional yang optimal. Permasalahan yang sering muncul meliputi biaya operasional yang tinggi, kualitas produk yang belum stabil, keterlambatan pasokan bahan baku, serta keterbatasan dalam menyesuaikan kapasitas produksi ketika terjadi perubahan permintaan. Tantangan ini semakin kompleks karena sebagian besar usaha masih sangat bergantung pada pemasok lokal, memiliki koordinasi internal yang belum tertata, terutama pada usaha berskala mikro dan kecil, dan belum memanfaatkan teknologi digital secara maksimal dalam berinteraksi dengan pelanggan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa banyak unit usaha F&B belum mampu menjalankan proses operasional yang efisien, konsisten, dan responsif terhadap kebutuhan pasar. Oleh karena itu, permasalahan kinerja operasional menjadi isu penting yang memerlukan perhatian, terutama ketika dikaitkan dengan integrasi internal, hubungan dengan pemasok, serta keterhubungan dengan pelanggan.

Kinerja operasional bisa dibilang hasil nyata dari penerapan integrasi rantai pasok. Di industri makanan dan minuman, kinerja ini biasanya dilihat dari empat hal utama yaitu hemat biaya, kualitas produk, ketepatan waktu, dan fleksibilitas. Biaya yang efisien bikin harga lebih bersaing, kualitas yang baik menjaga kepercayaan pelanggan, ketepatan waktu penting untuk memastikan bahan baku dan layanan selalu tersedia sesuai jadwal, sedangkan fleksibilitas menunjukkan kemampuan usaha beradaptasi dengan perubahan permintaan pasar.

Keempat hal ini saling terkait. Usaha yang bisa menekan biaya tanpa mengurangi kualitas biasanya lebih unggul di pasar. Sebaliknya, keterlambatan pasokan atau kurang fleksibel menghadapi lonjakan permintaan bisa langsung menurunkan kepuasan pelanggan. Karena itu, kinerja operasional jadi tolak ukur penting untuk melihat sejauh mana integrasi rantai pasok benar-benar mendukung keberhasilan bisnis *Food and Beverage* (F&B) di Indonesia.

Banyak penelitian sebelumnya sudah membahas *Supply Chain Integration* (SCI) dan hubungannya dengan kinerja operasional, tapi hasilnya belum konsisten. Ada studi yang membuktikan integrasi rantai pasok bisa bikin perusahaan lebih efisien, berkualitas, dan tepat waktu. Tapi ada juga penelitian yang bilang pengaruhnya kecil, bahkan ada yang menemukan hasilnya negatif atau naik-turun (seperti kurva U terbalik). Jadi, kesimpulan soal dampak SCI ini masih belum jelas dan butuh diteliti lebih lanjut (Masa'deh, et al. 2022)

Selain itu, kebanyakan penelitian cuma lihat salah satu sisi integrasi saja, misalnya integrasi ke pemasok atau ke pelanggan, tanpa menyatukan tiga dimensi utama (internal, supplier, dan customer) secara bersamaan. Akibatnya, bukti yang ada masih sepotong-sepotong dan belum kasih gambaran utuh (Masa'deh, et al. 2022).

Sebagian besar studi dilakukan di negara-negara maju seperti Amerika, Jepang, atau Eropa, di mana kondisi pasarnya relatif stabil. Padahal, kalau diteliti di negara berkembang seperti Indonesia, hasilnya bisa berbeda karena faktor sosial, ekonomi, dan aturannya juga beda. Karena itu, meneliti industri makanan dan minuman di Indonesia menjadi relevan untuk melengkapi kekosongan tersebut (Masa'deh, et al. 2022).

Di Indonesia sendiri, penelitian (Saryatmo and Sukhotu 2021) sudah menunjukkan bahwa digital supply chain bisa meningkatkan kinerja operasional di industri makanan dan minuman. Mereka menemukan bahwa penggunaan teknologi digital, mulai dari big data, cloud computing, blockchain, IoT, sampai robotics, punya pengaruh positif terhadap kualitas, produktivitas, dan efisiensi biaya. Dengan

survei ke 209 responden dan analisis kuantitatif, hasil penelitian ini menegaskan pentingnya transformasi digital buat meningkatkan daya saing sektor *Food and Beverage* (F&B) di Indonesia (Saryatmo and Sukhotu 2021)

Dalam konteks tersebut, penelitian ini berupaya menghadirkan kebaruan dengan menguji ketiga dimensi integrasi rantai pasok (internal, supplier, dan customer) secara bersama-sama, khususnya pada sektor makanan dan minuman di Indonesia. Hal ini penting karena sektor *Food and Beverage* (F&B) tidak hanya menjadi penyumbang besar bagi PDB nasional, tetapi juga menyerap jutaan tenaga kerja. Pertumbuhan jumlah usaha *Food and Beverage* (F&B) yang mencapai 4,85 juta unit pada tahun 2023 menunjukkan perkembangan yang sangat pesat, namun sekaligus menimbulkan tantangan dalam hal koordinasi pasokan, efisiensi biaya, serta kesiapan menghadapi digitalisasi.

Sejalan dengan penelitian Masa'deh et al. (2022), *Supply Chain Integration* dipandang sebagai kemampuan strategis yang memungkinkan perusahaan meningkatkan efisiensi biaya, kualitas, ketepatan waktu, dan fleksibilitas operasional. Namun, hasil penelitian terkait hubungan antara *Supply Chain Integration* dan kinerja operasional masih menunjukkan temuan yang beragam dan belum konsisten, khususnya pada konteks usaha berskala kecil dan negara berkembang.

Sebagian besar studi sebelumnya dilakukan pada perusahaan manufaktur berskala menengah dan besar di negara maju atau kawasan Timur Tengah, sehingga generalisasi hasilnya terhadap usaha mikro dan kecil di Indonesia masih terbatas. Padahal, karakteristik usaha mikro dan kecil *Food and Beverage* (F&B) di wilayah perkotaan seperti Jabodetabek memiliki tingkat ketergantungan tinggi pada pemasok lokal, koordinasi internal yang sederhana, serta adopsi teknologi digital yang belum merata. Kondisi ini menunjukkan adanya kebutuhan untuk menguji kembali pengaruh *Supply Chain Integration* terhadap *Operational Performance* dalam konteks usaha mikro dan kecil di Indonesia.

Dengan demikian, penelitian ini diharapkan tidak hanya memberikan kontribusi akademis dalam mengisi kesenjangan penelitian sebelumnya, tetapi juga memiliki manfaat praktis bagi pelaku usaha dan pembuat kebijakan. Pemilihan judul “Pengaruh *Supply Chain Integration* terhadap Kinerja Operasional pada Usaha Mikro Dan Kecil *Food and Beverage* (F&B) di Jabodetabek” didasarkan pada urgensi tersebut. Sektor *Food and Beverage* (F&B) Indonesia dipilih karena kontribusinya yang signifikan, jumlah unit usaha yang terus meningkat, serta adanya tantangan unik yang menjadikannya konteks yang relevan untuk diteliti lebih mendalam.

1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini dituangkan dalam bentuk pertanyaan penelitian sebagai berikut:

- 1) Apakah *Internal Integration* berpengaruh terhadap *Operational Performance* pada industri makanan dan minuman di Jabodetabek?
- 2) Apakah *Supplier Integration* berpengaruh terhadap *Operational Performance* pada industri makanan dan minuman di Jabodetabek?
- 3) Apakah *Customer Integration* berpengaruh terhadap *Operational Performance* pada industri makanan dan minuman di Jabodetabek?
- 4) Apakah *Internal Integration*, *Supplier Integration*, dan *Customer Integration* secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap *Operational Performance* pada industri makanan dan minuman di Jabodetabek?

1.2 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka tujuan penelitian ini adalah:

- 1) Untuk menganalisis pengaruh *Internal Integration* terhadap *Operational Performance* pada industri makanan dan minuman di Jabodetabek.

- 2) Untuk menganalisis pengaruh *Supplier Integration* terhadap *Operational Performance* pada industri makanan dan minuman di Jabodetabek.
- 3) Untuk menganalisis pengaruh *Customer Integration* terhadap *Operational Performance* pada industri makanan dan minuman di Jabodetabek.
- 4) Untuk menganalisis pengaruh *Internal Integration*, *Supplier Integration*, dan *Customer Integration* secara bersamaan terhadap *Operational Performance* pada industri makanan dan minuman di Jabodetabek.

1.3 Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat memberikan kontribusi baik bagi pengembangan ilmu pengetahuan maupun praktik bisnis:

1.4.1 Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan literatur di bidang manajemen operasi, khususnya mengenai pengaruh *Supply Chain Integration* (*Internal*, *Supplier*, dan *Customer Integration*) terhadap *Operational Performance*. Hasil penelitian ini juga dapat dijadikan referensi bagi mahasiswa, akademisi, maupun peneliti lain yang ingin melakukan kajian lebih lanjut terkait manajemen rantai pasok dan kinerja operasional, terutama di sektor makanan dan minuman di Jabodetabek.

1.4.2 Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi pelaku usaha di industri makanan dan minuman untuk memahami pentingnya integrasi rantai pasok dalam meningkatkan kinerja operasional. Temuan penelitian ini dapat digunakan sebagai dasar dalam merancang strategi kolaborasi internal, pengelolaan hubungan dengan pemasok, serta pemanfaatan teknologi untuk memperkuat hubungan dengan pelanggan. Dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan efisiensi biaya, menjaga kualitas, memperbaiki ketepatan waktu, serta meningkatkan fleksibilitas dalam menghadapi perubahan pasar.

1.4 Batasan Penelitian

Penelitian ini membatasi ruang lingkup agar pelaksanaan penelitian lebih terarah dan fokus. Adapun batasan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Objek penelitian berfokus pada pelaku usaha di sektor industri makanan dan minuman (*Food & Beverage*) di Jabodetabek, yaitu skala mikro dan kecil, yang terlibat dalam aktivitas rantai pasok.
- 2) Variabel yang diteliti mencakup *Supply Chain Integration* (yang terdiri dari *Internal Integration*, *Supplier Integration*, dan *Customer Integration*) serta *Operational Performance*.
- 3) Indikator kinerja operasional dalam penelitian ini dibatasi pada empat aspek utama, yaitu efisiensi biaya, kualitas, ketepatan waktu, dan fleksibilitas, sesuai dengan kerangka penelitian yang digunakan.
- 4) Ruang lingkup penelitian hanya menitikberatkan pada hubungan antara integrasi rantai pasok dan kinerja operasional, tanpa membahas faktor lain di luar model penelitian seperti inovasi produk, strategi pemasaran, atau kebijakan makro ekonomi.

1.5 Sistematika Penulisan

Penelitian ini disusun dalam 5 (lima) bab, di mana setiap bab memiliki fokus pembahasan yang berbeda. Adapun sistematika penulisan laporan penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan gambaran umum penelitian, meliputi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan penelitian, serta sistematika penulisan. Bagian ini memberikan dasar mengenai fenomena yang diteliti, alasan pemilihan topik, dan arah penelitian yang dilakukan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi kajian teori yang relevan dengan penelitian, meliputi konsep dan teori mengenai *Supply Chain Integration* (*Internal, Supplier, dan Customer Integration*), *Operational Performance*, serta penelitian terdahulu yang mendukung topik penelitian. Selain itu, bab ini juga memuat kerangka pemikiran konseptual dan hipotesis yang diajukan.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan metode yang digunakan dalam penelitian, meliputi pendekatan penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, serta metode analisis data. Pada bagian ini juga dijelaskan definisi operasional variabel penelitian yang digunakan.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menyajikan hasil penelitian yang diperoleh dari pengolahan data serta analisis yang dilakukan. Selanjutnya, hasil penelitian tersebut dibahas secara mendalam dengan mengaitkannya pada teori maupun hasil penelitian terdahulu untuk menjawab rumusan masalah yang telah dirumuskan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan dari penelitian yang merangkum jawaban atas pertanyaan penelitian. Selain itu, diberikan pula saran-saran yang dapat dimanfaatkan baik secara akademis maupun praktis, serta rekomendasi untuk penelitian selanjutnya.

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