

## Peningkatan Kinerja Bisnis Mikro Fashion Bandung Selatan Melalui Inovasi Manajemen dan Sinergi Rantai Pasokan

Rika Nurhidayah, Dadah Muliansyah

Management, Universitas Tangerang Raya, Tangerang, Indonesia

Email: rika221272@gmail.com; dachmuliansyah@gmail.com

### Abstrak

Industri Tekstil dan Produk Tekstil (TPT) di Indonesia mencatatkan pertumbuhan tertinggi pada triwulan III tahun 2019 sebesar 15,08 persen. Kementerian Perindustrian RI menegaskan, kondisi tersebut didorong oleh tingginya permintaan di pasar dalam negeri sehingga membuat produksi tekstil dan pakaian jadi meningkat, khususnya di wilayah Bandung, Jawa Barat. Industri kreatif pada umumnya merupakan industri kecil dan menengah yang sangat mementingkan efisiensi, terutama efisiensi biaya bahan baku dan efisiensi biaya produksi. Kondisi yang efisien memungkinkan industri kreatif menghasilkan produk dengan harga yang kompetitif. Berlawanan dengan pesatnya permintaan, industri kreatif di Indonesia juga menghadapi persaingan yang semakin ketat. Persaingan di masa depan bukan hanya persaingan industri individual melainkan persaingan rantai pasok dari industri kreatif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dampak inovasi rantai pasok terhadap kinerja bisnis UKM, Populasi UMKM fesyen di kota Bandung berjumlah 724 orang dan sampel yang diambil sebanyak 258 UKM fesyen di wilayah Bandung, Jawa Barat, hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi pada rantai pasok berdampak positif terhadap bisnis. kinerja sebanyak 85%.

**Kata Kunci:** UKM, Kinerja Bisnis, Inovasi, Manajemen Rantai Pasokan, Indonesia.

### Abstract

*The Textile and Textile Products (TPT) industry in Indonesia recorded the highest growth in the third quarter of 2019 at 15.08 percent. The Indonesian Ministry of Industry emphasized that this condition was driven by high demand in the domestic market, resulting in increased textile and apparel production, especially in the Bandung area, West Java. Creative industries in general are small and medium industries that place great importance on efficiency, especially raw material cost efficiency and production cost efficiency. Efficient conditions enable the creative industry to produce products at competitive prices. One of the competitive strengths of a product is the low price level that can be achieved through production efficiency. In contrast to the rapid demand, the creative industry in Indonesia is also facing increasingly fierce competition. Competition in the future will not only be individual industry competition but also supply chain competition from the creative industry. This research aims to determine the impact of supply chain innovation on SME business performance. The population of fashion MSMEs in the city of Bandung is 724 people and the sample taken was 258 fashion SMEs in the Bandung area, West Java. The results of the research show that innovation in the supply chain has a positive impact on business. performance as much as 85%.*

**Keywords:** SMEs, Business Performance, Innovation, Supply Chain Management, Indonesia.

## 1 PENDAHULUAN

Indonesia, sektor ekonomi kreatif sedang berkembang dengan pesat. Dalam tiga tahun terakhir, sektor ini telah menyumbang sebesar Rp. 990 triliun dan menyerap 17,4 persen tenaga kerja. Menurut Wibowo (2019), ekonomi kreatif diyakini mampu menjawab tantangan-tantangan seperti rendahnya pertumbuhan ekonomi, tingginya angka pengangguran, tingginya angka kemiskinan, dan rendahnya daya saing industri. Selain itu, ekonomi kreatif juga diharapkan dapat mengatasi isu-isu seperti pemanasan global, pemanfaatan energi terbarukan, deforestasi, dan pengurangan emisi karbon karena arah pengembangan ekonomi kreatif ini akan menuju pada pola industri yang ramah lingkungan dan terciptanya industri yang ramah lingkungan. nilai tambah produk dan jasa yang berasal dari sumber daya intelektual yang dimiliki oleh Indonesia, dimana sumber daya intelektual adalah manusia yang merupakan sumber daya terbarukan.

Indonesia perlu terus mengembangkan industri kreatif. Peralannya, industri kreatif memberikan kontribusi ekonomi yang cukup besar. Selain itu, industri kreatif menciptakan iklim usaha yang positif serta membangun citra dan jati diri bangsa. Di sisi lain, Industri kreatif berbasis sumber daya terbarukan, menciptakan inovasi dan kreativitas merupakan keunggulan kompetitif suatu bangsa dan memberikan dampak sosial yang positif. Untuk meningkatkan daya saing industri kreatif, diperlukan manajemen baik internal maupun eksternal perusahaan. Hubungan antara pemasok, pelanggan dan perusahaan itu sendiri, harus dikelola dengan baik. Cara menjadikan pemasok bertanggung jawab terhadap kualitas, Wibowo (2019) mengungkapkan melalui Model Konseptual Kelembagaan Manajemen Rantai Pasokan, serta pendistribusian pesanan produk dari hulu ke hilir tepat pada waktunya sampai ke pelanggan. pengguna akhir. Di sinilah pengelolaan perlu dilakukan. Kesalahan yang terjadi dalam pendistribusian barang dan jasa akan membuat kualitas barang dan jasa menurun. Selain itu hal ini berakibat pada melemahnya daya saing.

Untuk meningkatkan distribusi barang dan jasa, serta pembagian informasi dan keuangan dari hulu ke hilir pada sektor industri kreatif, maka diperlukan pengelolaan yang komprehensif. Penerapan dan praktik manajemen rantai pasok pada penyediaan barang dan jasa ini sangat diperlukan bagi sektor industri kreatif, guna meningkatkan daya saing industri yang akan berdampak pada kinerja usaha. Rantai pasok mengacu pada definisi yang dikemukakan oleh Harland (1996) yang mengemukakan bahwa: manajemen rantai pasok (SCM) adalah pengelolaan jaringan bisnis yang saling berhubungan yang terlibat dalam penyediaan akhir paket produk dan layanan yang dibutuhkan oleh konsumen akhir.

Kelembagaan rantai pasok pada hakikatnya menganalisis hubungan interaksi vertikal antar aktor dalam rantai pasok. Kelembagaan peternakan rakyat yang berhubungan secara vertikal diantaranya adalah lembaga produksi, pemasaran, pengolahan, distribusi produk ternak masyarakat, dan pelaku pasar konvensional. Peningkatan tersebut menciptakan peluang bagi perusahaan-perusahaan kecil, ketika perusahaan-perusahaan terkemuka mulai melakukan spesialisasi jauh dari produksi sehingga sektor tersebut melemah. Dengan berinovasi, organisasi bereaksi terhadap perubahan pasar yang dinamis dan menciptakan atau mempertahankan daya saing mereka. Dapat dikatakan bahwa "Inovasi adalah strategi kelangsungan hidup yang hampir wajib" (Drucker, 1999). Ariani dan Dwiyanto (2013), Rahmasari (2011), serta Purwatmini (2015) mengatakan SCM lebih efektif jika diterapkan pada skala unit bisnis yang besar.

Efektivitas penerapan SCM pada unit bisnis skala besar dapat tercapai karena dukungan teknologi, sumber daya manusia dan modal. Namun menurut konsepnya, penerapan SMC pada organisasi bisnis, merupakan salah satu bentuk kemitraan bisnis. Kemitraan usaha yang dimaksud adalah suatu kondisi saling membutuhkan antar unit usaha, suatu hal yang dibutuhkan oleh industri kecil dan menengah, sehingga penerapan SCM diharapkan dapat memenuhi pasokan bahan baku dan pengiriman produk

ke konsumen, bahkan untuk industri kecil. Perusahaan dapat mencapai keunggulan kompetitif dengan melakukan manajemen rantai pasokan secara optimal dan baik. Perusahaan menghasilkan kinerja yang lebih baik dari pesaing karena manajemen rantai pasokan mampu meminimalisir keseluruhan biaya untuk memenuhi dan melayani kebutuhan konsumen. Manajemen rantai pasokan adalah seluruh pihak yang terlibat, baik secara langsung maupun tidak langsung dalam memenuhi pesanan dan permintaan konsumen (Chopra & Meindly, 2011). Seluruh pihak yang terlibat tersebut tidak hanya terdiri dari produsen atau pemasok saja, tetapi juga melibatkan distributor, tempat penyimpanan, penjual maupun konsumen.

Penerapan manajemen rantai pasokan sangat diperlukan bagi perusahaan untuk meningkatkan daya saing industri yang berdampak pada kinerja perusahaan. Perusahaan perlu mempertimbangkan permasalahan rantai pasokan untuk memastikan bahwa manajemen rantai pasokan mendukung strategi yang dilakukan perusahaan (Heyzer & Render, 2005). Strategi perusahaan digunakan dalam pengembangan operasional perusahaan agar dapat bersaing dan menguasai posisi yang ada di pasar. Strategi keunggulan kompetitif pada perusahaan diharapkan dapat mempertahankan posisi bersaingnya dalam menghadapi competitor dan dapat meningkatkan kinerja perusahaan sesuai dengan target.

Perusahaan industri fesyen di Kota Bandung pada era globalisasi ini mampu memberikan kontribusi bisnis yang positif dalam perdagangan di Indonesia melalui produk yang unik dan inovatif. positif dalam perdagangan di Indonesia melalui produk yang unik dan inovatif. Pertumbuhan perekonomian di kota Bandung selama tahun 2021 mencapai 4,9 %. Perkembangan ekonomi di Bandung meningkat karena kontribusi usaha kecil dan menengah yang tumbuh pesat khususnya industri fesyen. Pertumbuhan ekonomi di kota Bandung disumbangkan oleh keberadaan UKM di Bandung selatan pertumbuhannya mencapai 5,6% dalam setahun. Pertumbuhan UKM fesyen ini mengakibatkan persaingan yang

semakin ketat sehingga UKM harus melakukan pengembangan untuk menghadapi globalisasi dan lingkungan usaha yang semakin kompetitif. UKM di Kota Bandung, khususnya Bandung Selatan harus mampu berpartisipasi dalam perekonomian masyarakat ekonomi ASEAN pada 2024 saat ini. UKM perlu melakukan manajemen rantai pasokan yang optimal untuk meningkatkan kinerjanya. Pentingnya mengangkat tema ini adalah agar para pemilik maupun pegelolala UKM fesyen di kota Bandung dapat tetap bertahan dalam menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat, diharapkan dengan meningkatnya manajemen rantai pasokan dan keunggulan kompetitif yang diterapkan dalam mengembangkan proses kinerja sehingga dapat meningkatkan kelangsungan hidup yang lebih baik pada UKM di kota Bandung, khususnya Bandung Selatan.

SCM juga merupakan suatu proses yang terintegrasi sehingga industri terjamin dalam menerima pasokan bahan baku dan material, sehingga dapat berproduksi secara kontinyu. Selain itu, SCM menjamin produk suatu industri dapat dikirimkan ke konsumen dalam jumlah yang tepat, kualitas yang tepat, tepat sasaran, tepat waktu, dengan biaya minimal dan memenuhi harapan konsumen tersebut. Dari penelitian dan data sebelumnya, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh inovasi SCM pada usaha kecil menengah dapat meningkatkan kinerja bisnis pada UKM fashion di Bandung Selatan, Jawa Barat, Indonesia.

## 2 TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Keunggulan Kompetitif

Keunggulan kompetitif menurut Kotler dan Armstrong (2003:311) adalah keunggulan dibandingkan pesaing yang diperoleh dengan menawarkan nilai yang lebih rendah, dan dengan memberikan manfaat yang lebih besar meskipun harganya lebih tinggi. Hal ini akan berdampak pada pencapaian keuntungan yang tinggi diatas kompetitor di industri yang sama. Menurut Bharadwaj dkk. dalam Sugiarti (2015) keunggulan kompetitif merupakan hasil penerapan strategi yang memanfaatkan berbagai sumber daya yang dimiliki perusahaan. Keahlian dan aset yang unik

dipandang sebagai sumber keunggulan kompetitif. Perusahaan yang memiliki keunggulan kompetitif mempunyai kemampuan memahami perubahan struktur pasar dan mampu memilih strategi pemasaran yang efektif. Strategi bersaing dimaksudkan untuk mempertahankan profitabilitas dan posisi berdiri ketika menghadapi persaingan.

Keunggulan kompetitif berkembang dari nilai yang dapat diciptakan perusahaan bagi pelanggan atau pembeli. Porter (1995: 5) mengatakan: "Persaingan adalah inti dari keberhasilan atau kegagalan suatu perusahaan." Kemungkinan yang ditimbulkan oleh persaingan ada dua, yaitu keberhasilan karena persaingan mendorong perusahaan untuk lebih dinamis dan kompetitif dalam menghasilkan produk serta memberikan pelayanan yang terbaik bagi pasarnya, sehingga persaingan dipandang sebagai alat motivasi, sedangkan kemungkinan lainnya adalah kegagalan, karena Kegagalan dapat melemahkan perusahaan yang statis sehingga menimbulkan ketakutan akan persaingan, dan hal ini dapat menjadi ancaman bagi perusahaan itu sendiri.

## 2.2 Inovasi

Inovasi secara umum diakui sebagai kunci perbaikan keuangan, karena dapat mendorong efisiensi dan meningkatkan fokus (Arunhosa & Esa, 2008). Menurut Rosenfeld dalam Sutarno (2012:132), inovasi adalah transformasi pengetahuan menjadi produk, proses dan layanan baru, tindakan menggunakan sesuatu yang baru. Hal ini menjadikan inovasi mempengaruhi hasil suatu perusahaan dalam menciptakan produknya. Inovasi secara andal dapat dicirikan sebagai perampasan pemikiran atau perilaku baru untuk asosiasi (Bon & Mustafa, 2013). Namun menurut Vontana (2009:20), inovasi adalah keberhasilan ekonomi dan sosial berkat diperkenalkannya cara-cara baru atau kombinasi baru dari cara-cara lama dalam mengubah input menjadi output yang menciptakan perubahan besar dalam hubungan antara nilai guna dan harga yang ditawarkan kepada konsumen. konsumen dan/atau pengguna, komunitas, masyarakat, dan lingkungan hidup.

## 2.3 Kinerja Bisnis di Industri Kreatif

Hadi dan Parubak (2016) menyatakan bahwa kinerja industri kreatif dilihat dari kinerja bisnisnya yang didukung oleh 3 (tiga) kemampuan diantaranya kemampuan mengelola proses bisnis internal, kemampuan teknologi, dan kemampuan manajemen logistik. Albonaiemi dan Ghahremani (2016) menyatakan selain ketiga kemampuan tersebut, diperlukan juga kemampuan kreativitas dan manajemen pengetahuan. Manajemen pengetahuan sangat erat kaitannya dengan kemampuan kreativitas. Kemampuan kreativitas sendiri mempunyai 4 (empat) dimensi yaitu kelancaran kreativitas, elaborasi kreativitas, orisinalitas kreativitas, dan fleksibilitas kreativitas.

Integrasi dalam rantai pasokan menunjukkan sebuah hubungan kolaboratif antar pihak yang ada dalam rantai pasokan yang pengelolaannya dilakukan dengan baik akan dapat meningkatkan efisiensi dan efektifitas dalam proses produksi dalam rangka meningkatkan keuntungan perusahaan dan memberikan kepuasan bagikonsumen (Ariani, 2013). *Supply Chain Integration* merupakan faktor yang penting untuk mendorong kinerja perusahaan dan rantai pasokan (Huo *et al.*, 2014). Jadi dapat disimpulkan bahwa jika perusahaan terintegrasi dengan baik maka kinerjanya juga mengalami peningkatan.

Integrasi pemasok adalah indikator utama dalam fleksibilitas suatu perusahaan manufaktur (Ivanov *et al.*, 2018). Integrasi pemasok ataupun integrasi rantai pasok secara keseluruhan dan kinerja operasional maupun kinerja bisnis pembeli, jadi dapat disimpulkan bahwa Supply Chain Intergration berpengaruh positif terhadap Business Performance (He *et al.*, 2017). Pendapat Rachbini (2016) menyatakan bahwa meningkatkan *operational performance* yang berupa kualitas, pengiriman tepat waktu, kepuasan pelanggan dan fleksibilitas dapat dijadikan sebagai jaminan dalam peningkatan *Business Performance*. Kemudian lebih spesifik, menurut Li *et al.* (2016) integrasi pemasok dapat secara signifikan meningkatkan kinerja keuangan perusahaan fashion.

## 2.4 Manajemen Rantai Pasok di Industri Kreatif

Industri kreatif yang menghasilkan produk memerlukan pasokan bahan baku dan bahan penolong yang melibatkan pemasok. Pada gilirannya produk hasilnya juga memerlukan mitra sebagai distributor untuk mengantarkan produknya ke konsumen. Industri itu seperti kerajinan tangan dan barang seni, penerbitan serta fashion. Ketepatan waktu menjadi ukuran kinerja terpenting bagi sebuah industri kreatif (Junita, Runtuk, & Batubara, 2012).

Dalam penelitian ini dimensi waktu mewakili siklus waktu pemesanan, waktu siklus pengadaan, waktu siklus pengiriman dan siklus waktu penyimpanan. Dimensi kinerja lainnya adalah kehandalan yang meliputi ketepatan pemesanan, kecepatan kehabisan stok (*inventory out of stock rate*), keunikan budaya Indonesia dan kreativitas lokal di setiap daerah menjadi kekuatan bagi tumbuhnya industri kreatif. Meskipun tersebar di seluruh wilayah Indonesia yang luas, industri kreatif dapat dikelompokkan menjadi beberapa karakteristik industri yang memerlukan penyediaan bahan baku dan pemasaran produk sejenis.

Menurut Chen *et al.* (2019) melakukan penelitian bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Supply Chain Information Sharing*, *Supply Chain Integration*, *Operational Performance* terhadap *Business Performance*, di mana hasil penelitian ini menunjukkan *Supply Chain Information Sharing* berpengaruh signifikan terhadap *Supply Chain Integration* dan *Operational Performance* sedangkan *Supply Chain Information Sharing* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Business Performance*. Selain itu *Supply Chain Integration* berpengaruh signifikan terhadap *Operational Performance* dan *Business Performance*. Yang terakhir *Operational Performance* berpengaruh signifikan terhadap *Business Performance*.

Sudawan (2019) juga melakukan penelitian untuk mengetahui pengaruh *Technology Capability*, *Logistics Integration Commitment*, *Strategic Sourcing*, dan *Information Sharing* terhadap *Business*

*Performance*, dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa *Technology Capabilities*, *Logistics Integration Commitment*, dan *Strategic Sourcing* berpengaruh signifikan terhadap *Information Sharing* dan *Business Performance*. Selain itu, *Information Sharing* juga berpengaruh signifikan terhadap *Business Performance*.

*Information Sharing* adalah kegiatan pertukaran informasi anggota rantai pasok untuk memperoleh, melindungi, dan menyampaikan informasi yang dibutuhkan dalam mengambil suatu keputusan menjadi efektif dan meningkatkan hubungan antar anggota rantai pasokan dengan melakukan kolaborasi secara keseluruhan dan mengurangi iresiko kemacetan dalam suatu bisnis (Simatupang & Sridharan, 2007). *Supply Chain Intergration* merupakan kegiatan untuk meningkatkan hubungan pada setiap rantai pasokan, memberikan fasilitas untuk mengambil keputusan, dapat menciptakan nilai dan tahapan transfer dari supplier sampai ke pelanggan akhir dalam mengoperasikan aliran informasi, pengetahuan, peralatan dan asset fisik. Sedangkan *Operational Performance* adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan suatu produk dalam masa periode tertentu dengan merujuk pada standar yang telah ditentukan dalam kegiatan operasional perusahaan. *Business Performance* merupakan suatu kemampuan perusahaan dalam mencapai hasil atau tujuan perusahaan. *Business Performance* adalah suatu hasil prestasi kerja optimal yang dilakukan seseorang, kelompok atau badan usaha.

## 2.5 Kerangka Penelitian

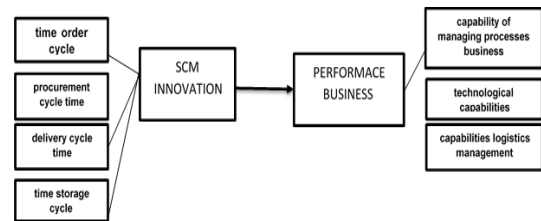
Hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Hamali (2014) dengan judul "Pengaruh Inovasi Terhadap Kinerja Usaha Pada Industri Kecil Pakaian Dalam Di Kota Bandung" menunjukkan bahwa inovasi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kinerja usaha, dengan kata lain kinerja usaha yang tinggi dapat dicapai dari peningkatan inovasi dalam industri kecil pakaian jadi di Kota Bandung. Sejalan dengan penelitian tersebut, penelitian lain yang dilakukan oleh Lestari dkk. (2015) dengan

judul “Pengaruh Jaringan Usaha, Inovasi Produk, dan Persaingan Usaha Terhadap Perkembangan UMKM” menunjukkan hasil yang signifikan Hasil antara inovasi terhadap pengembangan UMKM ditunjukkan dengan nilai koefisien determinasi sebesar 0,700. Penelitian terdahulu mengidentifikasi bahwa berbagai dimensi dalam manajemen rantai pasokan seperti kemitraan stratejik pemasok, kualitas informasi, dan hubungan terhadap konsumen memiliki pengaruh terhadap beberapa aspek kinerja perusahaan. Manajemen rantai pasokan yang efektif dan optimal dapat meningkatkan produktivitas, pangsa pasar dan pertumbuhan pelanggan (Rahmasari, 2011).

Penelitian Li *et al* (2006) menyatakan bahwa manajemen rantai pasokan yang efektif berpotensi meningkatkan kinerja perusahaan dengan menggunakan lima dimensi rantai pasokan, yaitu *supplier relationship*, *customer relationship*, *level of information sharing*, *level of information*, dan *postponement*. Penerapan manajemen rantai pasokan yang baik akan mampu meningkatkan kinerja perusahaan. Penelitian pada perusahaan di Surabaya menunjukkan banyak perusahaan kurang memperhatikan aspek manajemen rantai pasokan dalam hal kemitraan stratejik untuk perbaikan terus menerus yang melibatkan pemasok. Perusahaan seharusnya melakukan perbaikan terus-menerus secara berkala dengan pemasok agar kualitas dan mutu yang dihasilkan oleh pemasok. Kualitas dan mutu yang dihasilkan pemasok mempengaruhi perusahaan dalam kinerjanya baik dalam produksi dan penjualannya (Regina dan Devie, 2013).

Penelitian Kristianto (2015) menyimpulkan pengaruh manajemen rantai pasokan melalui indirect dan direct methods memberikan hasil bahwa pengaruh manajemen rantai pasokan yang lebih besar apabila melalui keunggulan kompetitif atau secara indirect. Hasil tersebut mendukung bahwa hipotesis keunggulan kompetitif terbukti mampu memediasi pengaruh manajemen rantai pasokan terhadap kinerja perusahaan. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa inovasi yang efektif meningkatkan perkembangan UKM. Peningkatan kinerja bisnis melalui inovasi

rantai pasok dapat diilustrasikan pada model penelitian berikut.



Sumber: Hadi & Parubak (2016)  
Gambar 1. Kerangka Pemikiran

### 3 METODE PENELITIAN

Semua komponen, yang terlibat dalam beberapa atribut umum, dirancang oleh alam semesta dengan tujuan akhir dari masalah penelitian (Malhotra, 2007). Tes merupakan subkelompok dari seluruh populasi yang dipilih untuk berbagai macam informasi (Malhotra, 2007). Investigasi harus membahas prosedur investigasi informasi yang digunakan untuk melihat sekaligus menentukan ukuran pengujian eksplorasi (Malhotra, 2007), untuk pembahasan ini, sistem inspeksi informasi yang diusulkan meminta inspeksi ini adalah strategi setengah jalan kuadrat terkecil. Teknik yang dipilih tidak dapat diterima mengingat faktanya daftar tersebut tidak dapat diperoleh. Ujian yang sesuai untuk ujian ini adalah ujian yang terstandar.

Populasi dalam ujian ini adalah UKM yang bergerak di bidang fashion yang ada di kota Bandung. Untuk memeriksa informasi, validasi, kualitas yang tak tergoayahkan, dan pengujian spekulasi yang digunakan dalam penyelidikan ini adalah kotak paling sedikit yang disediakan oleh pemrograman XL Stat untuk persiapan informasi. Partial Least Square (PLS) merupakan bagian dari Structural Equation Modeling (SEM). Strategi PLS ini merupakan teknik lain yang digunakan untuk mendiskusikan fakta yang dapat digunakan sebagai contoh pendukung (Abdillah & Hartono, 2015). Populasi dalam penelitian ini adalah 724 UKM fashion di Bandung (BPS, 2018). Sampel diambil 258 UKM fashion dengan menggunakan Slovin:

$$N = n / (1 + ne^{-2}), N = 724 / (1 + 724 \cdot 0,05^{-2}) = 258 \text{ sampel.}$$

4 HASIL DAN DISKUSI

Responden dalam penelitian ini adalah pengelola atau pemilik di seluruh UKM di Kota Bandung yang telah terdaftar dalam Direktori Database UKM Daerah Bandung 2021 (BPS, 2021). Responden yang terdaftar sebanyak 258, tetapi peneliti hanya dapat menyebarkan 227 kuesioner, sedangkan 31 kuesioner tidak tersebar. Kuisisioner tidak tersebar dengan rincian sejumlah 11 kuesioner tidak tersebar dikarenakan responden sedang berada di luar kota, 13 kuesioner karena usaha pindah lokasi dan 7 kuesioner tidak tersebar karena alamat tidak ditemukan. Hasil dari penyebaran kuesioner diperoleh data karakteristik responden berdasarkan jabatan, lama usaha dan jumlah karyawan responden yang dijelaskan pada Tabel 1.

Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jabatan Responden

Kateristik	Keterangan	Total Responden	Prosentase
Jabatan Responden	Pengelola	12	5,28 %
	Pemilik	215	94,71 %
<b>Total</b>		227	100%
Lama Usaha	0-5 tahun	71	31,28%
	5,1-10 tahun	127	55,95%
	>10 tahun	29	7,83%
<b>Total</b>		227	100%
Jumlah Karyawan	0-5 orang	7	14,54%
	5-10 orang	33	31,34%
	>10 orang	187	82,38%
<b>Total</b>		227	100%

Sumber: Data kuisisioner diolah (2021)

Dari Tabel 1 dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menyebutkan jabatan responden adalah pemilik yaitu berjumlah 215 orang atau 94,71% dan sisanya sebagai pengelola berjumlah 12 orang atau 5,28%. Dari tabel 1 dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menyebutkan jumlah karyawan 1–5 orang yaitu berjumlah 14,54% atau 7 UKM memiliki karyawan >10 orang. Sedangkan UKM dengan jumlah karyawan 5-10 orang sejumlah 33 atau 32.34% dan UKM dengan jumlah karyawan lebih dari 10 orang adalah 227 atau 82,38%.

Uji validitas digunakan untuk menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur tepat mengukur obyek yang diteliti. Valid atau tidaknya suatu instrumen dapat diketahui

dengan membandingkan indeks korelasi product moment person dengan level signifikansi 5%. Bila signifikansi hasil korelasi lebih kecil dari 0,05 (5%), maka dinyatakan valid dan sebaliknya apabila signifikansi hasil korelasi lebih besar dari 0,05 (5%) maka dinyatakan tidak valid.

Uji validitas digunakan untuk menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur tepat mengukur obyek yang diteliti. Valid atau tidaknya suatu instrumen dapat diketahui dengan membandingkan indeks korelasi product moment person dengan level signifikansi 5%. Bila signifikansi hasil korelasi lebih kecil dari 0,05 (5%), maka dinyatakan valid dan sebaliknya apabila signifikansi hasil korelasi lebih besar dari 0,05 (5%) maka dinyatakan tidak valid. Berdasarkan hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh item pertanyaan tersebut valid, karena nilai signifikansi  $p < 0,05$ . Artinya semua item pertanyaan tersebut baik untuk mengukur variabel manajemen rantai pasokan dan kinerja perusahaan. Berdasarkan hasil uji elegiabilitas didapatkan data bahwa 2 variabel dinyatakan reliabel karena Cronbach Alpha diatas  $\geq 0,6$ . Artinya variabel manajemen rantai pasokan dan kinerja perusahaan mempunyai konsistensi skor yang bagus untuk tiap item pertanyaan dalam setiap variabel.



Sumber: Hasil Pengolahan data melalui SMART PLS

Gambar 2. Hasil Pengujian Hipotesis.

Hipotesis “Manajemen rantai pasokan memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan”. Berdasarkan hasil pengujian secara parsial diperoleh bahwa variabel manajemen rantai pasokan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan. Jadi semakin tinggi manajemen rantai pasokan maka meningkatkan kinerja perusahaannya. Oleh karena pengaruhnya signifikan, maka variabel manajemen rantai pasokan penting

untuk dipertimbangkan UKM dalam meningkatkan kinerja perusahaannya baik secara financial maupun operasional. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Lisda Rahmasari (2011) yang menunjukkan bahwa manajemen rantai pasokan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kinerja perusahaan. Jadi kesimpulannya hipotesis tersebut terbukti, dengan besar pengaruh inovasi manajemen rantai pasokan sebesar 0,85 atau 85%.

Manajemen rantai pasokan adalah koordinasi dari keseluruhan kegiatan rantai pasokan, dimulai dari bahan baku dan diakhiri dengan pelanggan yang puas. Manajemen rantai pasokan mencakup pemasok, perusahaan manufaktur atau penyedia jasa, perusahaan distributor, grosir atau pengecer yang mengantarkan produk atau jasa ke konsumen akhir (Heizer & Render, 2015). UKM di kota Bandung telah menerapkan manajemen rantai pasokan dalam menjaga hubungan terhadap pemasok dengan baik yang dapat meningkatkan kinerjanya pada pencapaian biaya dan tingkat produksi yang telah ditargetkan. UKM di Kabupaten Bantul menerapkan manajemen rantai pasokan dalam mengutamakan pada kepuasan pelanggan dan mencari tahu apa yang diinginkan pelanggan sehingga UKM dapat mencapai kinerja perusahaan dalam memberikan produk yang sesuai persepsi pelanggan dan mampu mencakup seluruh lingkup pasar. Hasil penelitian ini sesuai penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Rahmasari (2011), Li *et al.* (2006), serta Regina dan Devie (2013) yang menyatakan bahwa manajemen rantai pasokan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan.

## 5 SIMPULAN

Implikasi dari penelitian ini menunjukkan bahwa manajemen rantai pasokan memiliki peran yang lebih besar dalam meningkatkan kinerja perusahaan. Hal ini disebabkan karena UKM memberikan harga yang netral atau sama dengan pesaing, kualitas yang sama dan kebanyakan UKM memperkenalkan produk baru dengan waktu yang sama, sehingga pengaruh melalui mediasi lebih kecil daripada pengaruh

langsung. UKM di kota Bandung lebih mengutamakan penerapan manajemen rantai pasokan dalam hal menjalin hubungan terhadap pemasok, mengutamakan kepuasan pelanggan, berbagi informasi pada pemasok yang mampu meningkatkan kinerja perusahaannya baik dalam segi kinerja pasar maupun operasional.

Saran dalam penelitian ini bagi pelaku UMKM harus lebih menjelaskan dengan lebih detail atau menunjukkan informasi yang terkait dengan logistik sehingga seluruh elemen di dalam UMKM dapat memahami informasi terkait logistic perusahaan/UMKM. Hal itu dapat memudahkan juga dalam proses penyampaian informasi jika sewaktu-waktu ada masalah yang terjadi terkait logistik UMKM. Selain itu perlu menambah kerjasama dengan berbagai pihak seperti lembaga keuangan, lembaga pendidikan, perusahaan logistik, *marketplace*, dan pemerintah terkait. Penelitian ini memiliki keterbatasan yaitu penelitian ini hanya dilakukan di wilayah Bandung Selatan. Oleh karena itu, peneliti selanjutnya sekiranya dapat memfokuskan wilayah yang lebih luas atau UMKM pada sector yang lain seperti industry makan minum yang juga memiliki potensi pasar yang sangat besar.

## DAFTAR PUSTAKA

- Albonaiemi, E. (2016). Examining the relation between knowledge management and employees' creativity. *International Journal of Humanities and Cultural Studies*.
- Ariani, D., & Dwiyanto, B. M. (2013). Analisis Pengaruh Supply Chain Management Terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Pada Industri Kecil dan Menengah Makanan Olahan Khas Padang Sumatera Barat). *Diponegoro Journal of Management*, 30-39.
- Bon, A. T., & Mustafa, E. M. (2013). Impact of total quality management on innovation in service organizations: Literature review and new conceptual framework. *Procedia Engineering*, 53, 516-529.

- Drucker, P. F. (1999). *Manajemen: Tugas, Tanggung Jawab dan Praktek*. Jakarta: PT Gramedia.
- Hadi, S., & Parubak, B. (2016, August). Supply Chain Operational Capability Affecting Business Performance of Creative Industries. Dalam *2016 Global Conference on Business, Management and Entrepreneurship* (pp. 212-216). Atlantis Press.
- Harland, C. M. (1996). Supply chain management: relationships, chains and networks. *British Journal of management*, 7, S63-S80.
- Heizer, J. & Render, B. (2015). *Manajemen Operasi: Manajemen Keberlangsungan dan Rantai Pasokan* (edisi 11). Jakarta: Salemba Empat.
- Ivanov, D., Tsipoulanidis, A., Schönberger, J., Ivanov, D., Tsipoulanidis, A., & Schönberger, J. (2021). Supply chain risk management and resilience. *Global supply chain and operations management: A decision-oriented introduction to the creation of value*, 485-520.
- Junita, T. Y., Runtuk, K. J., & Batubara, E. J. (2012.). *Analisis Penerapan Supply Chain Management di Industri Tas Tanggul Angin Sidoarjo* (Skripsi, Universitas Pelita Harapan).
- Lestari, C., Lubis, N., & Widayanto, W. (2015). Pengaruh jaringan usaha, inovasi produk dan persaingan usaha terhadap perkembangan usaha mikro, kecil dan menengah (studi pada IKM makanan Di Kecamatan Kuningan Kabupaten Kuningan Jawa Barat). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 4(2), 185-196.
- Levi, D. S., Sky, P. K., & Levi, E. C. (2000) *Designing And Managing The Supply Chain: Concept, Strategies And Case Studies*. Singapore: Irwin McGraw-Hill.
- Li, S., Ragu-Nathan, B., Ragu-Nathan, T. S., & Rao, S. S. (2006). The impact of supply chain management practices on competitive advantage and organizational performance. *Omega*, 34(2), 107-124.
- Mallhotra, N. (2007). *Marketing Research: an applied orientation, pearson education, inc.* (fifth edition). New Jearsey : USA.
- Porter, M. E., & Linde, C. V. D. (1995). Toward a new conception of the environment-competitiveness relationship. *Journal of economic perspectives*, 9(4), 97-118.
- Pramana, Y. K. (2016). Analisa Pengaruh Supply Chain Management terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja Perusahaan Manufaktur di Jawa Timur. *CALYPTRA*, 4(2), 1-19.
- Purwatmini, N. (2015). Peran Manajemen Rantai Pasokan (“Supply Chain Management”) Bagi Industri Kreatif Berbasis Industri Keramik. *Jurnal Administrasi Kantor*, 3(2), 525-538.
- Rachbini, W. (2016). Supply Chain Management dan kinerja perusahaan. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 1(1), 23-30.
- Rahmasari, L. (2011). Pengaruh supply chain management terhadap kinerja perusahaan dan keunggulan bersaing (Studi kasus pada industri kreatif di Provinsi Jawa Tengah). *Majalah Ilmiah Informatika*, 2(3).
- Simatupang, T. M., & Sridharan, R. (2007). The architecture of supply chain collaboration. *International Journal of Value Chain Management*, 1(3), 304-323.
- Somjai, S., & Girdwichai, L. (2019). Exploring the nexus among the supply chain integration, supply chain learning and the innovation performance of agribased firms in Indonesia. *Polish Journal of Management Studies*, 20(2), 491-501.
- Sutarno. (2012). *Serba Serbi Manajemen Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Suwarno, Y. (2008). *Inovasi di Sektor Publik*. Jakarta: STIA-LAN Press.
- Wibowo. (2019). *Manajemen Kinerja* (Edisi Kelima). Jakarta : Rajawali Pers.