

PERAN PRAKTIK *SUPPLY CHAIN MANAGEMENT* (SCM) DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING KOPI TANGGAMUS PROVINSI LAMPUNG

Nurul Husna^{1*}, Angga Febrian², Mutiasari Nur Wulan³, Irham Lihan⁴

^{1,2,3,4}Universitas Lampung

ABSTRACT

Indonesia is one of the coffee exporting countries which occupies the fourth largest position in the world. One of the best coffee producing areas in Indonesia is Lampung Province. Tanggamus is one of the main coffee producing districts of Lampung Province. In 2015 the production of Tanggamus Coffee decreased quite a bit, then in 2016 it increased rapidly, but in 2017 the production declined again until 2018 has not increased rapidly. An effective SCM is possible to gain competitive advantage and increase company production. SCM is an approach to efficiently integrate suppliers, manufacturers, warehouses, and stores to produce and distribute goods in the right quantity, at the right place, and at the right time for the right cost. This study aims to determine the role of SCM practices as measured by three aspects, namely strategic supplier partnership, customer relationship, and information sharing on competitive advantage. Data collection techniques used are field studies through interviews and questionnaires addressed to the Chair, Secretary, and Treasurer of the Coffee Farmers Group who are active in the Beringin Jaya Gapoktan, Sumberejo District, Tanggamus Regency which is the research sample. For data processing using partial least squares (PLS) with SmartPLS software. The results of this study indicate that the practice of SCM has a significant effect on competitive advantage.

Keywords: *SCM Practices, Competitive Advantage.*

I. PENDAHULUAN

Kopi merupakan salah satu produk pilihan bagi sebagian besar masyarakat. Kopi Indonesia merupakan salah satu kopi terpopuler di dunia. Indonesia menduduki peringkat ke-4 sebagai pengekspor kopi terbesar di dunia. Kopi di Indonesia memiliki banyak varian dari berbagai daerah, dan Indonesia memiliki kopi dengan harga termahal sedunia.

Saat ini juga di Indonesia menjamurnya kedai kopi di berbagai kota besar, yang bukan hanya menguntungkan pemilik kedai kopi, namun juga memberikan motivasi kepada para petani kopi di berbagai daerah untuk terus meningkatkan kualitas biji

kopinya. penghasil kopi terbesar di Indonesia adalah Lampung dan Sumatera Selatan.

Cita rasa dan aroma kopi tergantung daerah asalnya, sesuai dengan daerah asal kopi tersebut tumbuh. Salah satu daerah penghasil kopi terbaik di Indonesia adalah Provinsi Lampung. Kopi Robusta adalah salah satu jenis kopi yang dihasilkan Provinsi Lampung yang terkenal dengan rasa asam dan pahit yang kuat. Kopi Lampung mempunyai karakter dengan rasanya yang unik dan memiliki bau seperti coklat dan rempah-rempah.

Produsen kopi terbesar di Provinsi Lampung adalah Kabupaten Tanggamus dan

*Corresponding author: nurul.husna2023@feb.unila.ac.id

Kabupaten Lampung Barat. Untuk Kabupaten Lampung Barat cukup stabil dalam memproduksi tanaman kopi robusta. Sedangkan untuk Kabupaten Tanggamus cukup fluktuatif dalam memproduksi tanaman kopi robusta. Di tahun 2014 ke tahun 2015 cukup menurun, selanjutnya pada tahun 2016 meningkat pesat, namun di tahun 2017 produksinya kembali menurun hingga tahun 2018 juga belum meningkat pesat.

Sehingga praktik Supply Chain Management (SCM) diperlukan untuk diterapkan pada Poktan yang ada di kecamatan Ulubelu untuk meningkatkan daya saing produk kopinya. Menurut Chandkk (2002), SCM memproduksi dan mendistribusikan barang dalam jumlah, lokasi, dan waktu untuk mengintegrasikan pemasok, produsen, gudang, dan toko secara efisien untuk meminimalkan biaya dalam kondisi yang memenuhi persyaratan tingkat layanan.

Bratic (2011) menyatakan bahwa dengan efektifnya SCM maka berpotensi mendapatkan keunggulan bersaing dan produksi perusahaan juga akan membaik. Menurut Gimenez & Ventura (2005) bahwa Praktik SCM merupakan keunggulan kompetitif bagi perusahaan dengan menawarkan berbagai macam produk dan biaya rendah, layanan berkecepatan tinggi untuk memungkinkan pada persaingan semakin ketat untuk bertahan. Selain itu, Suharto (2013) mendefinisikan SCM sebagai seperangkat pendekatan untuk merampingkan integrasi pemasok, manufaktur, pergudangan dan pergudangan.

Hal ini memastikan bahwa produk diproduksi dan didistribusikan dalam jumlah yang tepat pada waktu yang tepat, meminimalkan biaya dan memberikan kepuasan konsumen dengan layanan. Maka dapat disimpulkan bahwa organisasi

memiliki daya saing dengan mengimplementasikan praktik SCM dengan efektif. Keunggulan bersaing bermanfaat bagi semua sektor, termasuk untuk sektor agribisnis (Sachitra, & Chong, 2016). Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh praktik SCM pada keunggulan bersaing.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Supply Chain Management (SCM)

Menurut Heizer dan Render (2009), Integrasi proses memperoleh sumber daya dan layanan, mengubahnya menjadi barang setengah jadi dan barang jadi, dan mengirimkannya ke konsumen dikenal sebagai manajemen rantai pasokan. Membangun rantai pasokan yang terkonsentrasi untuk memaksimalkan nilai konsumen adalah tujuan SCM. Mengamankan pemasok sebagai mitra dalam strategi bisnis untuk menanggapi peningkatan pasar yang dinamis sangat penting untuk manajemen rantai pasokan yang efisien. Dimensi untuk mengukur SCM menurut Ghatebi, dkk (2013); Bratic (2011); Li et. Al (2002) sebagai berikut:

1. Strategic Supplier Partnership

Sebuah perusahaan dan pemasoknya terlibat dalam kerjasama jangka panjang yang dikenal sebagai hubungan pemasok strategis. Ketika berinvestasi dalam bisnis dengan tujuan mencapai hasil yang diinginkan, itu digunakan untuk memperkuat strategi organisasi dan kemampuan operasional perusahaan penyedia (Noble et al, 1997). Pendekatan ini memiliki manfaat berkonsentrasi pada prosedur perencanaan dan resolusi masalah antara bisnis dan pemasoknya (Gunasekaran, 2001). Melalui perencanaan strategis dengan pemasok, perusahaan dapat secara efektif berkolaborasi dengan banyak pemasok yang bertanggung jawab untuk pengembangan dan kesuksesan produk.



Indikator dari Strategic Supplier Partnership antara lain pemilihan pemasok, hubungan dengan pemasok dalam penyelesaian masalah, hubungan dengan pemasok dalam meningkatkan kualitas produk, hubungan dengan pemasok dalam perbaikan terus menerus, hubungan dengan pemasok dalam membuat perencanaan strategi.

2. Customer Relationship

Customer relationship merupakan suatu strategi pemasaran terbaik untuk mempertahankan pelanggan yang sudah ada dengan membuat pelanggan yang sudah ada melakukan pembelian berulang untuk mencegah konsumen beralih ke kompetitor (Raab & Goddard, 2016). Hubungan pelanggan sangat penting untuk menerapkan manajemen rantai pasokan, menurut Noble et al. (1997). Pelanggan perusahaan berutang padanya untuk menumbuhkan koneksi, dan pendekatan ini adalah keuntungan komersial. Pola hubungan pelanggan yang baik memungkinkan perusahaan untuk membedakan produk mereka, meningkatkan retensi pelanggan, dan menghasilkan nilai pelanggan inti dengan cara ini.

Hubungan pelanggan, evaluasi hubungan pelanggan, riset pasar, dan hubungan pelanggan dalam keluhan adalah contoh indikator hubungan pelanggan.

3. Information Sharing

Information sharing mengarah kepada sejauh mana informasi penting dikomunikasikan kepada mitra bisnis perusahaan (Monczka RM et al, 2008). Informasi bersama antara mitra bisnis dapat berbentuk informasi klien, tren pasar, dan kondisi pasar secara keseluruhan. Informasi yang dibagikan di antara peserta rantai pasokan dapat menjadi sumber keunggulan kompetitif.

Berbagi informasi dengan mitra bisnis tentang hal-hal yang mungkin berdampak pada perusahaan, berbagi informasi dengan mitra bisnis saat membuat strategi bisnis, dan

hubungan dengan mitra bisnis merupakan contoh indikator pertukaran informasi.

Keunggulan Bersaing

Menurut Sachitra (2017) daya saing mengacu pada ukuran komparatif antara perusahaan dalam suatu industri dengan lingkungan eksternalnya. Keunggulan bersaing merupakan fondasi untuk level tinggi dari kinerja (Ismail dkk, 2010). Gaya dkk (2013) mengatakan bahwa keunggulan bersaing adalah sejauh apa perusahaan di wilayah tertentu dapat bersaing dengan perusahaan di wilayah lain. Esen & Uyar (2012) mendefinisikan bahwa keunggulan bersaing adalah situasi untuk mengukur perbandingan dengan pesaing. Menurut David (2011), menjelaskan keunggulan persaingan apa pun yang perlu dilakukan perusahaan itu sendiri lebih baik daripada pesaing.

Selanjutnya, menciptakan keunggulan yang berbeda atas saingan adalah apa yang Heizer dan Reinder (2009) definisikan sebagai keunggulan kompetitif. Identya yaitu penciptaan customer value dengan cara efisien dan langgeng. Persaingan untuk diferensiasi (strategi diferensial), persaingan untuk biaya (kepemimpinan biaya), dan persaingan untuk reaksi adalah semua keunggulan kompetitif (respon cepat).

Penelitian ini menggunakan dimensi dari Heizer & Reinder, karena keunggulan bersaing yang dimaksud pada penelitian ini adalah strategi bersaing pada bidang manajemen operasi.

1. Cost Leadership

Perusahaan yang mengimplementasikan strategi cost leadership mempunyai suatu tujuannya adalah untuk mencapai peluang pangsa pasar yang lebih besar berdasarkan harga rendah. Memperoleh penghematan biaya berdasarkan pengalaman perusahaan, biaya minimal, biaya overhead yang diatur, dan minimalisasi biaya yang dapat dicapai

dengan menurunkan kegiatan dalam penelitian dan pengembangan, layanan, periklanan, dan bidang lain yang berkaitan dengan kepemimpinan biaya untuk menciptakan proses manufaktur (Asdemir dkk., 2013).

Indikator *cost leadership* antara lain menawarkan harga yang kompetitif dan mampu mampu memberikan harga yang lebih murah dibandingkan pesaing.

2. *Strategy Differentiation*

Korporasi dapat menggunakan pengembangan barang atau jasa dengan fitur yang diinginkan konsumen untuk mencapai strategi diferensiasi. Hal ini memungkinkan perusahaan untuk menetapkan harga mereka lebih tinggi tergantung pada nilai yang mereka berikan kepada pelanggan (Asdemir et. Al, 2013).

Indikator diferensiasi adalah kemampuan perusahaan untuk memperkenalkan produk baru, kemampuan berinovasi, kemampuan perusahaan meneliti dan mengembangkan produk baru, dan kemampuan membedakan diri dari pesaingnya.

3. *Quick Response*

Reaksi cepat dipandang sebagai reaksi yang sangat fleksibel, meski bisa langsung diandalkan. Menurut Heizer, daya tanggap adalah konsep yang lebih luas yang mencakup pengembangan dan pengiriman tepat waktu, penjadwalan yang akurat, dan kinerja yang dapat disesuaikan. Kapasitas untuk bereaksi dengan perubahan pasar yang menyebabkan penyesuaian dalam desain dan volume dapat dilihat sebagai respons yang fleksibel.

Indikator *quick response* adalah pengantaran barang tepat waktu, penjadwalan dalam pengiriman barang serta kemampuan dalam memenuhi perubahan pasar.

Susanty et. al (2013) melakukan penelitian pada pengolahan daging sapi di Australia, menghasilkan hubungan yang kuat antara praktik SCM dengan keunggulan bersaing,

sehingga untuk mengembangkan keunggulan bersaing di pasar yang kompetitif, agri-food perlu melakukan manajemen rantai pasokan yang baik. Penelitian Ghatebi, et. al (2013) pada perusahaan manufaktur di Provinsi Khuzestan, menghasilkan bahwa terdapat hubungan antara praktik SCM dan keunggulan bersaing.

Menurut penelitian Suhartati dan Rosietta (2012), terdapat korelasi yang signifikan dan positif antara manajemen rantai pasokan dan kinerja, dan keunggulan kompetitif mempengaruhi korelasi ini.

Bratic (2011) dalam penelitiannya menyatakan bahwa dimensi praktik SCM yaitu *strategic supplier partnership*, *customer relationship*, dan *information sharing* memiliki pengaruh pada keunggulan bersaing.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Hipotesis:

H1: Praktik SCM memiliki pengaruh pada keunggulan bersaing.

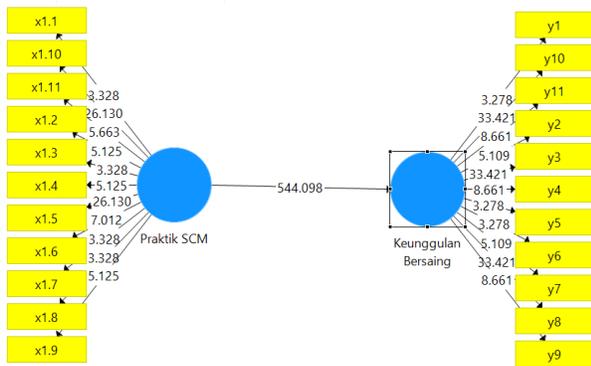
III. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian dengan pendekatan kuantitatif. Jenis data pada penelitian ini yaitu data primer. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Kelompok Tani yang aktif di Gapoktan Beringin Jaya yang berjumlah Sembilan Kelompok Tani. Dalam penelitian ini tidak digunakan Teknik sampling karena sampel yang diteliti adalah keseluruhan dari populasi yang ada atau disebut sensus. Mengingat jumlah populasi hanya sebesar Sembilan Kelompok tani, maka layak untuk diambil keseluruhan untuk dijadikan sampel. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dan kuesioner,

yang ditujukan kepada Ketua, Sekretaris, dan Bendahara Kelompok Tani yang tergabung pada sembilan (9) Gapoktan Beringin Jaya. Penelitian ini menggunakan metode analisis data dengan menggunakan software smartPLS.

IV. ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Model penelitian ini disajikan pada Gambar 2, menjelaskan bagaimana variabel independen dalam mempengaruhi variabel dependen. Terdapat 1 (satu) variabel independen penelitian ini yaitu Praktik SCM, dan 1 (satu) variabel dependen yaitu keunggulan bersaing.



Gambar 2. Hasil Olah Data smartPLS 3.0, 2022.

Praktik SCM berpengaruh signifikan pada keunggulan bersaing, karena P-Values praktik SCM keunggulan bersaing sebesar 0.000 (disajikan pada Tabel 1). Jika P Values < 0.005 maka variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Sehingga H1 pada penelitian ini diterima.

Tabel 1. Path Coefficient

	P-Values
Praktik SCM -> Keunggulan Bersaing	0.000

Sumber: Hasil Olah smartPLS 3.0, 2022.

Hal ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Suhong Li, et. al (2004) yang mengatakan bahwa tingkat yang lebih tinggi dari praktik *supply chain management* dapat menyebabkan daya saing. Selain itu, Gimenez dan Ventura (2003) juga menyatakan bahwa *praktik supply chain management* merupakan daya saing penting bagi perusahaan dalam memberikan pelayanan yang cepat dengan variasi produk yang tinggi dan biaya yang rendah sehingga perusahaan dapat tetap bertahan di tengah persaingan yang semakin ketat. Selanjutnya, Suhartato dan Devie (2013) melakukan penelitian yang juga berhubungan dengan *supply chain management* dan daya saing, Hasil yang ditemukan adalah terdapat hubungan yang signifikan *antara supply chain management* terhadap keunggulan bersaing. Selanjutnya, penelitian Suhartati dan Rosietta (2012) juga menemukan bahwa *supply chain management* berhubungan positif dengan strategi bersaing. Artinya, jika praktik *supply chain management* pada dilakukan dengan baik, maka Kelompok Tani yang tergabung pada Gapoktan Beringin Jaya akan memiliki daya saing.

V. KESIMPULAN DAN IMPLIKASI KEBIJAKAN

Praktik Supply Chain Management memiliki pengaruh yang signifikan pada keunggulan bersaing. Artinya, jika praktik *supply chain management* dilakukan dengan baik, maka Kelompok Tani yang tergabung pada Gapoktan Beringin Jaya akan memiliki daya saing.

VI. REFERENSI

Asdemir, O., Fernando, G.D., & Tripathy, A. (2013). Market perception of firm strategy. Managerial finance.

- Bratic, D. (2011). Achieving a competitive advantage by SCM. *IBIMA Business Review*, 2011, 1-13.
- Chan, L.M.A., Muriel, A., Shen, Z. J. M., Simchi-Levi, D., & Teo, C.P. (2002). Effective zero-inventory-ordering policies for the single-warehouse multiretailer problem with piecewise linear cost structures. *Management Science*, 48(11), 1446-1460.
- Claycomb, C., Germain, R., & Droge, C. (1999). Total system JIT outcomes: inventory, organization and financial effects. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*.
- David, F. R., David, M.E., & David, F. R. (2011). What are business schools doing for business today?. *Business Horizons*, 54(1), 51-62.
- Esen, S., & Uyar, H. (2012). Examining the competitive structure of Turkish tourism industry in comparison with diamond model. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 62, 620-627.
- Gaya, H. J., Struwig, M., & Smith, E. E. (2013). Creating a sustainable competitive advantage at a high performing firm in Kenya. *African journal of business management*, 7(21), 2049-2058.
- Gimenez, C. & Ventura, E, 2005, "Logistic-Production, Logistic-Marketing and External Integration Their Impact on Performance", *Emerald International Journal of Operations & Production Management*, vol. 25, hal 1-22.
- Ghatebi, M., Ramezani, E., & Shiraz, M.A. E. (2013). Impact of Supply Chain Management Practices on Competitive Advantage in Manufacturing Companies of Khuzestan Province. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research Business*, 5 (6), 269-274.
- Gunasekaran, A., Patel, C., & Tirtiroglu, E. (2001). Performance measures and metrics in a supply chain environment. *International journal of operations & production management*.
- Heizer, Jay, and Barry Render. 2009. *Operations Management (Manajemen Operasi)*. Edisi 9. Jakarta: Salemba Empat.
- Ismail, A. I., Rose, R. C., Abdullah, H., & Uli, J. (2010). The relationship between organizational competitive advantage and performance moderated by the age and size offirms. *Asian Academy of Management Journal*, 15 (2), 157-173.
- Li, S., Rao, S., Ragu-Nathan, T.S. & Ragu Nathan, B. (2002). "An Empirical Investigation of Supply Chain Management Practices," *Proceedings of the 33rd annual meeting of the Decision Science Institute*, 23-26 November 2002 San Diego, CA, USA, 112-129.
- Monczka, R. M., Trent, R. J., & Petersen, K. J. (2008). Getting on track to better global sourcing. *Supply chain management review*, 12 (2).
- Noble, B. D., Satyanarayanan, M., Narayanan, D., Tilton, J. E., Flinn, J., & Walker, K. R. (1997). Agile application-aware adaptation for mobility. *ACM SIGOPS Operating Systems Review*, 31 (5), 276-287.
- Raab, G., Ajami, R.A., & Goddard, G.J. (2016). *Customer relationship management: A global perspective*. CRC Press.



- Sachitra, K. M. V., & Chong, S. C. (2016). Firm level competitive advantage in the agricultural sector a research agenda.
- Sachitra, K. M. V. (2017). Review of competitive advantage measurements: reference on agribusiness sector.
- Suharto, R. J. (2013). Analisa Pengaruh Supply Chain Management terhadap keunggulan bersaing dan kinerja perusahaan. *Business Accounting Review*, 1 (2), 226-235.
- Susanty, A., Miradipta, R., & Jie, F. (2013). Analysis of the effect of attitude toward works, organizational commitment, and job satisfaction, on employee's job performance. *European journal of business and social sciences*, 1 (10), 15-24.
- Suhartati, T., & Rosietta, H. (2012). Pengaruh Strategi Bersaing Terhadap Hubungan Antara Supply Chain Management dan Kinerja. Universitas Indonesia. Simposium Nasional Akuntansi XV.