

**PENGARUH BERBAGI INFORMASI DAN HUBUNGAN JANGKA PANJANG
TERHADAP KINERJA RANTAI PASOKAN DAN
KEUNGGULAN BERSAING
(Studi Pada IKM Olahan Rendang Kota Payakumbuh)**

Shela Riaufa Hasmi¹⁾, Samsir²⁾, Rio J.M. Marpaung²⁾

1) Mahasiswa Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Riau

2) Dosen Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Riau

Email: shelarhasmi@gmail.com

*The Effect of Information Sharing and Long-Term Relationships on Supply Chain
Performance and Competitive Advantage
(Study at SMEs of Rendang in Payakumbuh City)*

ABSTRACT

This study aims to determine whether there is a significant influence between information sharing and long-term relationships on supply chain performance and the effect of supply chain performance on competitive advantage in the small and medium-sized at rendang industry in Payakumbuh. Respondents in this study are 43 members of IKM Rendang Payakumbuh that registered at the Department of Industry and Manpower. The data collected was first tested with validity and reliability tests, then the validated data were processed using SEM-PLS with Wrap-PLS 7.0 software. The results of data processing showed that there is an insignificant influence between information sharing on supply chain performance and there is a significant positive relationship between long-term relationships and supply chain performance. There is also a significant positive relationship between supply chain performance and competitive advantage.

Keywords: *Information sharing, long-term relationships, supply chain performance, competitive advantage, and Wrap-PLS.*

PENDAHULUAN

Dinamika perubahan lingkungan bisnis yang berkembang dengan cepat telah menyebabkan berbagai perusahaan berupaya mencari solusi untuk bertahan dalam persaingan yang semakin kompetitif. Pelaku industri sadar bahwa persaingan yang semakin kompetitif dalam mendapatkan bahan baku yang berkualitas, harga yang kompetitif dan proses yang cepat dengan waktu yang tepat, tidak hanya memerlukan pembenahan dan perbaikan di dalam internal perusahaan, tetapi juga membutuhkan peranan semua pihak. Upaya yang dilakukan untuk menjaga dan memelihara hubungan yang telah terjalin baik dengan kelompok-

kelompok kunci yang ada menjadi solusi tepat.

Daya saing perusahaan, termasuk IKM, berfokus pada integrasi rantai pasokan dan keunggulan kompetitif dipandang sebagai adopsi solusi spesifik dan proses yang berkesinambungan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen (Anatan, 2018). Kemampuan suatu perusahaan untuk meningkatkan daya saing pada IKM olahan makanan diperlukan adanya pengelolaan, baik secara internal ataupun eksternal perusahaan. Hubungan antara pemasok, pelanggan, dan perusahaan itu sendiri, harus dikelola dengan baik, bagaimana agar pemasok ikut bertanggung jawab terhadap kualitas produk, hubungan yang baik dan jangka panjang dengan

pemasok dan pelanggan, serta agar distribusi produk tepat pada waktunya sampai ke pengguna akhir sehingga akan terjalin sebuah jaringan penyedia yang baik dan mampu untuk bersaing.

Hubungan antara pemasok dengan produsen harus sehat dan tetap dipelihara, karena tingkat ketergantungan perusahaan terhadap pemasok sangat tinggi dan bersifat jangka panjang, karena baik perusahaan besar maupun perusahaan kecil selalu melakukan kegiatan logistik. Untuk itu dibutuhkan rantai pasokan yang terintegrasi dengan benar sehingga dapat meningkatkan keunggulan bersaing terhadap produk yang dihasilkan.

Manajemen rantai pasok (*supply chain management*) menjadi salah satu strategi penting dalam membangun keunggulan bersaing organisasi dan perusahaan. Tanpa manajemen rantai pasok, tidak ada produk. Tanpa produk, tidak ada order penjualan yang bisa dipenuhi. Tanpa ada penjualan, perusahaan tidak mungkin dapat beroperasi secara normal (Zaroni, 2015).

Mengingat pentingnya manajemen rantai pasok, setiap manajer organisasi perusahaan harus mampu melakukan perencanaan, pelaksanaan, pengendalian, dan manajemen risiko atas proses manajemen rantai pasok. Manajemen risiko rantai pasok menjadi isu penting dan memerlukan perhatian serius dari para manajer, selain karena risiko itu sering terjadi, juga dampak signifikan dari potensi kejadian risiko terhadap kinerja perusahaan secara keseluruhan. Setiap proses aktivitas rantai pasok berpotensi menghadapi risiko. Beberapa contoh risiko rantai pasok antara lain kekurangan bahan baku, kegagalan pemasok, meningkatnya harga bahan, kerusakan mesin, permintaan yang tidak pasti, peramalan yang tidak akurat, perubahan pesanan, dan kegagalan transportasi. Potensi kejadian risiko-risiko tersebut bisa terjadi, dan bila benar-benar terjadi, tentu akan berdampak pada kinerja

manajemen rantai pasok perusahaan (Zaroni, 2015).

Peneliti tertarik menggunakan IKM industri olahan rendang sebagai objek penelitian karena Kota Payakumbuh memiliki *branding* kota yang baru sebagai "*The City Of Randang*". Rendang merupakan ciri khas kota Payakumbuh. Pertumbuhan IKM penghasil rendang terus bertambah di kota Payakumbuh. Hal ini ditandai berbagai produk telah menyebar luas di seluruh Sumatera Barat maupun Indonesia, dan bahkan ada beberapa IKM yang mampu memenuhi permintaan pasar dari luar negeri. Melihat potensi ini, pemerintahan daerah lewat BUMD memaksimalkan potensi yang terbuka luas hingga luar negeri ini. Walaupun secara pemasaran ini sangat layak untuk dikembangkan, namun secara teknis harus tetap dipertimbangkan apakah layak atau tidak pengembangan sentra industri rendang ini. Payakumbuh juga merupakan salah satu daerah tujuan wisata Sumbang, karena posisinya yang berada dijalur Padang-Pekanbaru dan dekat dengan kota wisata Bukittinggi, sehingga perkembangan industri rendang diyakini akan berjalan dengan baik.

Keunggulan bersaing menjadi hal yang sangat penting bagi para pelaku usaha rendang dikarenakan mereka tidak hanya bersaing antara sesama pelaku usaha rendang melainkan juga bersaing dengan industri olahan makanan lainnya. Selain itu, visi "*The City Of Randang*" adalah ingin mencapai pangsa internasional hal ini didukung dengan CNN yang menyatakan bahwa rendang merupakan makanan terenak di dunia sehingga secara tidak langsung akan menjadi simultan dalam mendorong penjualan hingga ke luar negeri.

Permintaan akan rendang juga selalu meningkat dari tahun ke tahun, berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa pelaku IKM. Payakumbuh merupakan pemasok utama dari produk

rendang ke beberapa kabupaten/kota di Sumatera Barat terutama Padang dan Bukittinggi. Selain itu juga melayani pasar di luar provinsi seperti Pekanbaru, Jambi, Medan, Jakarta dan bahkan sudah sampai ke beberapa kota di Malaysia, Jepang, Eropa dan Arab. Berdasarkan hasil *pra-survey* bahwasannya IKM olahan rendang yang ada di Payakumbuh, pada tahun 2019 berjumlah 43 unit. Berikut ini adalah data perkembangan jumlah IKM olahan rendang di Payakumbuh:

Tabel 1 Perkembangan Jumlah IKM Olahan Rendang di Payakumbuh

No.	Tahun	Jumlah IKM Rendang
1.	2013	23
2.	2016	30
3.	2017	35
4.	2018	37
5.	2019	43

Sumber: Dinas Perindustrian dan Tenaga Kerja Kota Payakumbuh (2019)

Produk rendang dengan berbagi varian rasa banyak menarik minat konsumen untuk membelinya. Hal ini terbukti bahwa IKM rendang Payakumbuh memiliki 30 varian rasa. Produk olahan rendang yang ditawarkan tidak hanya terbatas pada rendang daging, namun para pengusaha juga menawarkan rendang telur, daging sapi, suir daging, paru, ayam, suir ayam, ubi, suir itik, jamur basah, jamur kering, jamur kriuk, jengkol, jantung pisang, daun singkong, rendang belut, ikan tuna, daun-daun, pare, pakis/ paku, lokan, cubadak, daging tumbuk, paru basah, jamur kurma, jagung, ikan lele, ikan nila, ikan gabus/ haruan, maco, dan Udang. Dalam memenuhi bahan baku utama rendang, IKM menggunakan daging lokal dalam proses produksinya. Hal ini dilakukan karena Payakumbuh terkenal dengan sentra usaha sapi, dapat menghasilkan sapi yang berkualitas. Selain itu, kebutuhan daging

juga didapatkan dari daerah tetangga seperti Padang Panjang. Menurut beberapa IKM, daging lokal memiliki ciri khas tersendiri dan lezat setelah diolah menjadi produk rendang.

Berdasarkan *pra-survey* yang telah dilakukan, berikut ini adalah hasil produksi dari beberapa IKM yang berjumlah 25 dari 43 IKM yang terdaftar adalah:

Tabel 2 Produksi IKM Rendang Payakumbuh

No	Nama Perusahaan	Komoditi	Kapasitas Produksi (KG/BLN)
1.	Rendang Telur Baim	Rendang Telur	240
2.	Rendang Telur Rian	Rendang Telur	300
3.	Rendang Erika	Rendang Telur	3000
4.	Rendang Nan Keke	Rendang Telur	200
5.	Rendang Riry	Rendang Daging/Telur	2400
6.	Rendang Usmai	Rendang Daging/Telur	960
7.	Rendang Yolanda	Rendang Daging/Telur	900
8.	H3	Rendang Telur	80
9.	Rendang Mak Yus	Rendang Daging/Telur	450
10.	Rendang Telur Adriati	Rendang Telur	40
11.	Yo Randang	Rendang Runtih	375
12.	Rila	Rendang Telur	750
13.	Unang	Rendang Telur	300
14.	Rendang Mami	Rendang Telur	300
15.	Rendang Yet	Rendang Daging	500
16.	Nikmat Dia	Rendang Daging	750
17.	Pusako Bundo	Rendang Daging	300
18.	Rendang Gadih	Rendang Daging	750
A	B	C	D
19.	Payopali	Rendang Jamur	150
20.	Ukhtina Suci	Rendang Jamur	80
21.	Rendang Erina	Rendang Daging	625
22.	Andira	Rendang Jantung Pisang	200
23.	Rendang Mala	Rendang Daging	600
24.	Mellyaa Food	Rendang Jamur	625
25.	Denia	Rendang Pare	200

Sumber: Observasi *pra* penelitian, 2019

Berdasarkan Tabel 2 diatas menunjukkan bahwa terdapat 25 IKM olahan rendang di Payakumbuh. IKM olahan rendang tersebut mampu menghasilkan rendang rata-rata sebanyak 603 kg/bulan dengan harga rata-rata Rp.46.250,-/kg. Kapasitas produksi dengan hasil tertinggi merupakan jenis IKM Rendang menengah dan cenderung memiliki *outlet* yang sudah besar sedangkan kapasitas

produksi dengan hasil lebih sedikit merupakan jenis IKM Rendang kecil di Kota Payakumbuh.

Dalam proses produksi, bahan baku rendang terdiri dari daging sebagai bahan baku utama/varian lainnya, santan, cabe, dan rempah-rempah. Harga bahan baku rendang terutama daging pada harga normal Rp100.000-Rp120.000 sedangkan pada *event* tertentu harga berkisar Rp140.000. Apabila bahan baku daging dipasok dari luar daerah tentunya akan menambah biaya transportasi. Berdasarkan hasil wawancara pada salah satu pelaku usaha IKM yaitu pemilik usaha Rendang Gadih menyatakan bahwa harga bahan baku tidak murah dan terjangkau.

Kesulitan yang terjadi pada IKM kecil yaitu terletak pada sistem produksinya, dimana mayoritas pemilik usaha membeli bahan baku ketika adanya permintaan produk. Hal ini, berdampak langsung pada harga beli bahan baku yang tinggi dengan pembelian skala kecil. Misalnya, pada bahan baku kelapa untuk IKM kecil lebih memilih membeli santan jadi, dan IKM menengah lebih memilih membeli kelapa kepada pemasok dan mengolah santan sendiri. Dengan mengolah santan sendiri tentunya dapat menghemat pembelian bahan baku. Selain biaya, produktivitas IKM juga mempengaruhi kinerja rantai pasokan. IKM menengah cenderung menetapkan target produksi per harinya, misalnya 100 kg/hari sehingga mereka cenderung membeli bahan baku dengan skala besar. Lain halnya dengan IKM kecil, produktivitas mereka sangat bergantung pada permintaan sehingga apabila tidak ada orderan, mereka cenderung tidak memproduksi dan tidak terjadilah kegiatan rantai pasokan dalam industri. Artinya, apabila biaya produksi tinggi maka akan berpengaruh pada harga produk rendang yang dihasilkan.

Berikut ini adalah data keluhan dari persepsi responden IKM olahan rendang di Payakumbuh:

Tabel 3 Data Pemilik IKM Rendang Payakumbuh Per Indikator

No.	Pernyataan		S	TS	Total
Berbagi Informasi					
1.	Pertukaran informasi antara kami dan mitra bisnis maupun pemasok dapat dipercaya/akurat.	%	64	36	25
		F	16	9	
2.	Pertukaran informasi membantu mengurangi ketidakpastian pada proses pengambilan keputusan dalam bisnis kami.	%	72	44	25
		F	18	7	
Hubungan Jangka Panjang					
3.	Usaha kami senantiasa mengikutsertakan pemasok dalam membuat sebuah perencanaan strategi.	%	40	60	25
		F	10	15	
4.	Usaha kami senantiasa menyelesaikan masalah dengan pemasok	%	48	62	25
		F	12	13	
Kinerja Rantai Pasokan					
5.	Pemasok bertanggung jawab dalam pemenuhan pesanan bahan baku	%	84	16	25
		F	21	4	
6.	Waktu tunggu yang dibutuhkan untuk memenuhi permintaan konsumen mulai dari bahan baku hingga produk jadi ke tangan konsumen sesuai jadwal	%	84	16	25
		F	21	4	
7.	Jumlah produksi ditentukan berdasarkan jumlah permintaan per bulan	%	84	16	25
		F	21	4	
Keunggulan Bersaing					
8.	Memberikan harga khusus/diskon pada setiap pembelian dalam jumlah banyak	%	88	12	25
		F	22	3	
9.	Kemasan produk kami memenuhi standar dan menarik	%	88	12	25
		F	22	3	
10.	Usaha kami sebagai pionir dalam memperkenalkan produk kepada pelanggan dibandingkan dengan pesaing.	%	88	12	25
		F	22	3	

Sumber: Observasi pra penelitian, 2019

Berdasarkan hasil pra-survey penelitian dan wawancara tidak terstruktur yang dilakukan mengenai berbagi informasi, hubungan jangka panjang, kinerja rantai pasokan, dan keunggulan bersaing terhadap sebagian pemilik IKM Rendang Payakumbuh masih belum cukup optimal. Hal ini dikarenakan adanya masalah dalam kinerja rantai pasokan. 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 dan Render, 2011). Strategi perusahaan digunakan dalam pengembangan operasional perusahaan agar dapat bersaing dan menguasai posisi yang ada di pasar. Strategi keunggulan bersaing pada perusahaan diharapkan dapat mempertahankan posisi bersaingnya dalam menghadapi kompetitor dan dapat meningkatkan kinerja perusahaan sesuai dengan target (Ilmiyati dan Munjiati, 2016).

Beberapa faktor yang mempengaruhi kinerja rantai pasokan yaitu kehandalan pemasok dalam merespon dan menanggapi pemesanan terhadap bahan baku. Hal ini dikarenakan, aktivitas aliran barang yang terjadi dalam IKM rendang seringkali mengalami ketidakefektifan komunikasi dengan pemasok yang juga menjadi daftar masalah yang dihadapi IKM rendang. Berdasarkan hasil pra-survey bahwa kegiatan proses berbagi informasi dengan pemasok terjadi pada saat melakukan pemesanan bahan baku, tak jarang, bagi pelaku usaha kecil atau *home industry* saat terjadinya kekosongan bahan baku, mereka turun langsung untuk mencari sendiri bahan baku tersebut. Pertukaran informasi yang terjadi tidak begitu panjang sehingga tidak bersifat jangka panjang. Pelaku IKM kecil biasanya membeli bahan baku langsung ke toko. Hal ini tentunya merugikan para pelaku usaha kecil, dimana mereka mendapatkan bahan baku yang mahal tetapi belum tentu memenuhi kualitas yang diinginkan dan terlebih harus mencari pemasok ataupun toko lainnya serta membutuhkan waktu lebih untuk mencari bahan baku tersebut. Pergantian pembelian bahan baku dari satu toko ke toko lainnya membuat IKM menggunakan banyak pemasok. Permasalahan tersebut berdampak pada terhambatnya pengadaan barang yang

tidak sesuai dengan jadwal atau perjanjian yang sudah ditetapkan sebelumnya. Akibat kurangnya keterbukaan informasi dan arus informasi tersebut akan mempengaruhi performa kinerja rantai pasokan setiap pemilik IKM dalam meminimalisir resiko. Hal ini didukung penelitian Chopra dan Meindl (2004) dalam Waluyowati, Nur Prima *et al*, (2018) bahwa informasi menyajikan pihak manajemen kesempatan untuk membuat rantai pasokan responsif dan efisien. Informasi secara potensial adalah penggerak terbesar performa kinerja rantai pasokan.

Untuk meminimalisir ketidakefektifan informasi, hubungan antara *supplier*, *customer*, dan perusahaan harus dikelola dengan baik dan selalu ditingkatkan agar terjalin hubungan yang berkelanjutan dan *supplier* ikut bertanggung jawab terhadap kualitas produk serta agar distribusi produk dari hulu ke hilir tepat pada waktunya sampai ke pengguna akhir. Maka peningkatan hubungan yang baik dalam jangka panjang serta saling adanya kepercayaan antara perusahaan, pemasok dan pelanggan sangat diperlukan agar mencapai efisiensi dalam kinerja perusahaan (Rahmasari, 2011 dalam Fitrianto dan Sudaryanto, 2016). Dalam hal ini, untuk menerapkan rantai pasokan yang efektif, perusahaan harus menjadikan pemasok sebagai bagian dari strategi jangka panjang perusahaan dalam memenuhi kebutuhan konsumen dengan produk yang beragam, berkualitas tinggi, biaya rendah, dan kecepatan merespon pasar (Heizer & Render, 2011).

Berdasarkan uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa kinerja rantai pasokan yang optimal dapat membantu meningkatkan daya saing perusahaan dalam memenuhi permintaan pasar secara efektif dan efisien (Porter, 2014). Dalam bersaing, pemilik IKM industri rendang perlu memperhatikan serta berfokus pada harga, kualitas dan

mencapai pangsa pasar. Rangkaian aktivitas seperti pengembangan produk, penggunaan teknologi yang *modern* pun di kembangkan oleh pemilik IKM, seperti differensiasi terhadap aneka rasa rendang dan juga kemasan. Kemasan dari produk rendang haruslah memenuhi standar kehygienisan. Selain itu, hendaknya memiliki nilai estetika sehingga dapat menarik minat konsumen dan menambah nilai produk. Alat yang digunakan sebaiknya menggunakan alat khusus pengemasan yang menggunakan teknologi modern. Dimana beberapa IKM kecil, masih menggunakan alat perekat tradisional ataupun *hand sealer* yang sederhana. Jika kemasan dan alat yang memadai, kualitas rendang dapat terjaga dan layak di konsumsi hingga di pasarkan ke luar negeri.

Banyak cara yang dilakukan pemilik IKM untuk memperpendek *time to market*. Beberapa diantaranya keterlibatan banyak pihak fungsional baik dalam IKM maupun dari pemasok dan pelanggan, manajemen proyek yang bagus, tim perancang produk yang solid dan dinamis serta teknologi yang mendukung. Keterlibatan PEMKO, salah satunya, dengan adanya IKM sentra rendang Payakumbuh diupayakan meningkatkan kualitas produksi dan rasa rendang yang ditargetkan untuk skala ekspor pada tahun 2020. Dari jumlah IKM rendang di Payakumbuh, hanya beberapa IKM yang sudah mampu memasarkan produknya melalui bazar ataupun expo baik nasional maupun internasional hingga ke Amerika. Dengan demikian, adanya sentra industri, PEMKO terus mengupayakan agar IKM rendang bisa menggunakan peralatan yang telah memenuhi standar industri di Sentra IKM rendang.

Berikut ini terdapat tabel perbandingan rendang antar daerah untuk melihat tingkat persaingan yang ada, sebagai berikut:

Tabel 4 Perbandingan Antar IKM Olahan Rendang

No.	Indikator Persaingan	Rendang Payakumbuh	Rendang Bukittinggi	Rendang Pekanbaru
1.	Harga	Rp. 15.000 s/d Rp. 300.000	Rp. 70.000 s/d Rp. 350.000	Rp. 5000 s/d Rp. 300.000
2.	Differensiasi (Varian Rasa)	30 Rasa	11 Rasa	18 Rasa
3.	Disain Kemasan	Menarik dan modern, ada kemasan saset, dominasi menggunakan kotak dan aluminium full oil	Menarik dan Modern, dominasi plastik dan kotak.	Cukup menarik, didominasi kemasan plastik/ vakum bag, namun beberapa IKM tidak memiliki merek produk.
4.	Ukuran Kemasan	150gr, 175gr, 250 gr, 300gr, 500gr, 1kg	250gr, 500gr, 1kg	15gr, 100gr, 200gr, 225gr, 500gr, 1kg
5.	Ciri Khas	Warnanya cenderung gelap dan hitam dan warna kecoklatan (Kaliyo), rasa pedas dan juga tersedia pedas manis.	Warnanya cenderung gelap dan hitam, terasa kering serta terkadang ditambah dengan kentang kecil, rasa pedas.	Warna kecoklatan, rasa pedas manis.

Sumber: Observasi pra penelitian, 2020

Dari Tabel 4 diatas dapat disimpulkan bahwa pengusaha IKM rendang sangat bersaing ketat dalam satu industri yang sejenis. Pemilihan produk diantara banyaknya tawaran yang ada di pasar selalu didasarkan pada adanya perbedaan, sehingga perlu dilakukan differensiasi melalui inovasi yang bersifat jangka panjang. Differensiasi produk antara IKM rendang antar daerah cukup baik, namun IKM rendang Payakumbuh lebih unggul dalam differensiasi varian rasa akan rendang dibandingkan daerah lainnya sedangkan berdasarkan harga, IKM rendang antar daerah memiliki *range* harga relatif sama. Disisi lain, differensiasi citra merek dan kemasan, sebagian IKM cenderung menggunakan desain kotak yang *modern* dan aluminium *full oil* serta *vakum bag* sehingga rendang cukup aman dan tidak tumpah untuk didistribusikan ke berbagai daerah namun beberapa produk IKM masih ada yang tidak memiliki merek serta kemasan plastik polos sehingga dari segi estetika kurang menarik.

Oleh karena itu, pelaku usaha IKM rendang di Payakumbuh harus meningkatkan daya saing mereka. Salah

satunya dengan menerapkan manajemen rantai pasokan. Dalam manajemen rantai pasokan, terdapat beberapa hal yang mempengaruhi yaitu: berbagi informasi dengan mitra dalam rantai pasokan (Mahardhika, 2014); hubungan jangka panjang terhadap pemasok (Majid dan Bambang Munas Dwiyanto, 2017); dan kinerja rantai pasokan dengan keunggulan (Afriyani *et al.*, 2019).

Dengan permasalahan tersebut, peneliti ingin mengetahui Pengaruh Berbagai Informasi dan Hubungan Jangka Panjang Terhadap Kinerja Rantai dan Keunggulan Bersaing (Studi pada IKM Olahan Rendang di Payakumbuh). Dimana, populasi dan sampel yang akan diteliti adalah sebanyak 43 IKM Rendang di Payakumbuh.

TINJAUAN PUSTAKA

Industri Kecil Menengah (IKM)

Departemen Perindustrian dan Perdagangan (Depperindag) mendefinisikan Industri Kecil dan Menengah (IKM) sebagai berikut:

- Industri kecil adalah suatu kegiatan ekonomi yang mengolah bahan mentah, bahan setengah jadi dan atau barang jadi menjadi barang lebih tinggi untuk penggunaannya dan memiliki nilai investasi antara Rp. 5.000.000,- (lima juta rupiah) sampai Rp. 200.000.000,- tidak termasuk tanah dan bangunan usaha.
- Industri menengah adalah suatu kegiatan ekonomi yang mengolah bahan mentah, bahan setengah jadi dan atau barang jadi menjadi barang lebih tinggi untuk penggunaannya yang memiliki investasi antara Rp. 200.000.000,- sampai 10 milyar, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.

Keunggulan Bersaing

Keunggulan bersaing merupakan keuntungan yang diperoleh melalui penerapan strategi bersaing yang

bertujuan untuk membangun posisi yang menguntungkan dan berkelanjutan terhadap kekuatan pasar yang menentukan persaingan industri. Menurut Porter (2006 dalam Nurdianti *et al.*, 2017) dalam mengungkapkan bahwa “persaingan adalah inti dari keberhasilan atau kegagalan perusahaan. Hal ini mengandung pengertian bahwa kegagalan tergantung pada keberanian perusahaan untuk bersaing, tidak mungkin keberhasilan bisa diperoleh”. Persaingan menentukan ketepatan aktivitas perusahaan yang dapat menyokong kinerjanya, seperti inovasi, budaya kohesif atau pelaksanaan yang baik. Strategi bersaing adalah pencarian akan posisi bersaing yang menguntungkan di dalam suatu industri, area fundamental tempat persaingan terjadi. Strategi bersaing bertujuan untuk menegaskan posisi yang menguntungkan dan dapat dipertahankan terhadap kekuatan-kekuatan yang menentukan persaingan industri (Denitha, 2016 dalam Nurdianti *et al.*, 2017).

Kurniawan, A. dan Amie, K., (2017) menggunakan indikator yang dapat digunakan untuk mengukur keunggulan bersaing suatu perusahaan dalam penelitiannya, antara lain menggunakan indikator harga, kualitas, *delivery dependability*, differensiasi atau berbeda, dan *time to market*.

Kinerja Rantai Pasokan

Pengukuran kinerja *supply chain* memiliki peranan penting dalam mengetahui kondisi perusahaan, apakah mengalami penurunan atau peningkatan serta perbaikan apa yang harus dilakukan untuk meningkatkan kinerja mereka. Pengukuran kinerja *supply chain* adalah sistem pengukuran kinerja yang bertujuan untuk membantu memonitor jalannya aplikasi *Supply Chain Management* (SCM) agar berjalan dengan baik. Oleh karena itu, indikator kinerja yang digunakan lebih bersifat spesifik dan relatif berbeda dengan sistem pengukuran kinerja organisasi.

Sistem ini lebih bersifat integratif dengan area kerja yang meliputi pemasok, pabrik, dan distributor yang bertujuan mencapai keberhasilan implementasi *supply chain* dalam Sufa, *et al* (2016).

Kinerja *supply chain management* merupakan kemampuan perusahaan untuk memenuhi kebutuhan konsumen baik dari segi kualitas produk maupun biaya (Zelbst *et al.*, 2009 dalam Kurniawan, A. Dan Amie, K., 2017). Fawcett dan Clinton (dalam Ibrahim dan Ogunyemi, 2012) mengatakan bahwa kinerja manajemen rantai pasokan harus membantu perusahaan dalam memahami sistem dan memberikan informasi kepada seluruh mitra dalam rantai pasokan. Dalam menerapkan rantai pasokan yang efektif, perusahaan harus menjadikan pemasok sebagai bagian dari strategi jangka panjang perusahaan dalam memenuhi kebutuhan konsumen dengan produk yang beragam, berkualitas tinggi, biaya rendah, dan kecepatan merespon pasar (Heizer & Render, 2011:453). Dalam uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa kinerja manajemen rantai pasokan dapat membantu untuk mengetahui daya saing perusahaan dalam memenuhi permintaan pasar secara efektif dan efisien.

Kurniawan, A. dan Amie, K., (2017) dan Ambe, Intaher Marcus (2014) menganjurkan indikator pengukuran kinerja rantai pasokan yang paling penting pada suatu perusahaan dalam penelitiannya, antara lain menggunakan indikator biaya, asset rantai pasokan, kehandalan pemasok, ketanggapan, dan respon.

Berbagi Informasi

Berbagi Informasi atau *Information sharing* memainkan peranan penting untuk menjamin tersediannya data secara tepat waktu, menjamin data yang dimiliki dapat dibagikan di sepanjang rantai pasokan, membantu perusahaan untuk memperbaiki efisiensi dan efektivitas

rantai pasokan, dan untuk dapat merespon perubahan kebutuhan dan keinginan konsumen lebih cepat. *Information sharing* dapat mendukung proses terjadinya integrasi dalam rantai pasokan melalui pencapaian pengiriman dan pengenalan produk secara cepat ke pasar. Makin tinggi *level information sharing* dalam suatu rantai pasokan maka semakin rendah biaya total yang diperlukan dan makin rendah pula waktu siklus pengiriman serta siklus hidup produk yang dihasilkan perusahaan (Lin *et al.*, 2002 dalam Anatan dan Ellitan, 2018).

Mengingat pentingnya peran *information sharing* dalam meningkatkan kinerja dan daya saing rantai pasokan, kualitas informasi yang dibagikan di sepanjang rantai pasokan akan menentukan apakah informasi tersebut dapat dimanfaatkan secara signifikan dalam perusahaan. Kualitas informasi mewakili informasi apa yang dibagikan, kapan pembagian informasi, bagaimana informasi tersebut dibagikan dan dengan siapa informasi tersebut dibagikan (Anatan dan Ellitan, 2018).

Kurniawan, A. dan Amie, K., (2017) menggunakan indikator yang dapat digunakan untuk mengukur berbagi informasi antar mitra dan perusahaan dalam penelitiannya, antara lain menggunakan indikator keterbukaan informasi, arus informasi, dan kualitas informasi.

Hubungan Jangka Panjang

Hubungan antara *supplier*, *customer* dan perusahaan, harus dikelola dengan baik dan selalu ditingkatkan agar terjalin hubungan yang berkelanjutan dan *supplier* ikut bertanggung jawab terhadap kualitas produk serta agar distribusi produk dari hulu ke hilir tepat pada waktunya samapai ke pengguna akhir. Maka peningkatan hubungan yang baik dalam jangka panjang serta saling adanya kepercayaan antara perusahaan, *supplier* dan *customers* sangat di perlukan agar

mencapai efisiensi dalam kinerja perusahaan (Rahmasari, 2011 dalam Fitrianto, dan Sudaryanto, 2016).

Hal ini mendukung penelitian Triastyti (2010) dalam Ariani, D., 2013, yang menyatakan tujuan akhir dari pengelolaan hubungan jangka panjang adalah profitabilitas yang dicapai melalui hubungan jangka panjang yang kuat, tahan lama, dan saling menguntungkan. Strategi perusahaan saat ini lebih menggunakan sedikit pemasok dibandingkan mempertahankan jumlah pemasok yang besar (Al-Shuaibi, 2016 dalam Kurniawan, A. dan Amie, K., 2017). Menurut helper dalam (Al-Shuaibi, 2016 dalam Kurniawan, A. dan Amie, K., 2017), keuntungan dari strategi sedikit pemasok ini adalah hubungan jangka panjang dan biaya yang rendah.

Kurniawan, A. dan Amie, K., (2017) menggunakan indikator yang dapat digunakan untuk mengukur hubungan jangka panjang pada suatu rantai pasokan perusahaan dalam penelitiannya, antara lain menggunakan indikator pemeliharaan hubungan dengan pemasok, keuntungan adanya hubungan jangka panjang, dan fokus pada tujuan jangka panjang.

Kerangka Dan Hipotesis Penelitian

Berbagi Informasi Terhadap Kinerja Rantai Pasokan

Dalam Majid dan Bambang Munas Dwiyanto (2017), penelitian yang dilakukan oleh Ariani (2013) yang berjudul *Analisis Pengaruh Supply Chain Management Terhadap Kinerja Perusahaan*, menyatakan bahwa *information sharing* berpengaruh positif terhadap kinerja *supply chain management*. Selain itu penelitian dari Ferlando (2016) yang berjudul *Pengaruh Trust dan Information Sharing Terhadap Relationship Commitment pada Supply Chain Management* dan penelitian dari Mahardhika (2014) yang berjudul

Pengaruh Information Sharing Dan Kualitas Hubungan Terhadap Kinerja Operasional Perusahaan juga menyatakan hal yang sama bahwa *information sharing* berpengaruh positif terhadap kinerja *supply chain management*.

H₁: Berbagi informasi berpengaruh terhadap kinerja rantai pasokan pada IKM rendang di Kota Payakumbuh.

Hubungan Jangka Panjang Terhadap Kinerja Rantai Pasokan

Dalam Majid dan Bambang Munas Dwiyanto (2017), berdasarkan beberapa penelitian terdahulu yang digunakan sebagai acuan dalam skripsi ini, menyatakan bahwa *long-term relationship* berpengaruh positif terhadap kinerja *supply chain management*. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Ariani (2013) yang berjudul *Analisis Pengaruh Supply Chain Management Terhadap Kinerja Perusahaan*, menyatakan bahwa *long-term relationship* berpengaruh positif terhadap kinerja *supply chain management*.

H₂: Hubungan jangka panjang berpengaruh terhadap kinerja rantai pasokan pada IKM rendang di Kota Payakumbuh.

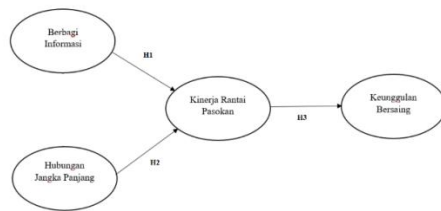
Kinerja Rantai Pasokan Terhadap Keunggulan Bersaing

Penelitian terdahulu mengemukakan bahwa adanya hubungan antara kinerja manajemen rantai pasokan terhadap keunggulan bersaing. Penelitian Afriyani *et al* (2019) menunjukan bahwa kinerja manajemen rantai pasokan mempunyai pengaruh positif terhadap keunggulan bersaing

H₃: Kinerja rantai pasokan berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada IKM rendang di Kota Payakumbuh.

Kerangka Penelitian

Gambar 1 Kerangka Penelitian



Sumber: Majid dan Bambang (2017), Ariani (2013), dan Afriani et al (2019), San jaya et al (2016) dan Jati (2008).

METODOLOGI PENELITIAN

Dalam penelitian ini, peneliti memilih lokasi pada gerai-gerai IKM yang bergerak dibidang industri olahan makanan rendang yang ada di Kota Payakumbuh, Sumatra Barat. Waktu penelitian ini dimulai tahun 2019 sampai dengan selesai.

Penelitian ini menguji pengaruh antara variabel berbagi informasi, hubungan jangka panjang, kinerja rantai pasokan dan keunggulan bersaing. Berikut ini adalah definisi operasional masing-masing variabel tersebut:

Berbagi informasi merupakan kesediaan perusahaan untuk berbagi data strategis seperti tingkat persediaan, ramalan, promosi penjualan, dan strategi pemasaran dalam membentuk rantai pasokan (Cao dan Zhang, 2011 dalam Kurniawan, A. dan Amie,K., 2017).

Hubungan jangka panjang merupakan suatu persepsi mengenai kebutuhan perusahaan akan bahan baku, informasi, dan hubungan dengan pemasok, sehingga diharapkan membawa keuntungan bersama dalam jangka waktu yang panjang (Ganesan dalam Indriani, 2006 dalam Kurniawan, A. dan Amie,K., 2017).

Kinerja manajemen rantai pasokan merupakan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan konsumen secara efektif dan efisien baik dari segi kualitas produk dan biaya

(Zelbst et al., 2009 dalam Kurniawan, A. dan Amie,K., 2017).

Keunggulan bersaing merupakan kemampuan industri untuk menciptakan posisi yang unggul dibandingkan pesaingnya dan sangat tergantung pada kesesuaian antara kapabilitas internal organisasi dan perubahan kondisi eksternal organisasi (Anatan, 2010).

Untuk menguji hipotesis pada penelitian ini digunakan data primer yang diperoleh dari penyebaran kuisisioner kepada pemilik atau karyawan IKM rendang di Payakumbuh. Populasi dari penelitian ini adalah semua pemilik IKM atau karyawan yang bekerja pada IKM rendang di Payakumbuh yaitu 43 IKM rendang. Teknik sampling yang digunakan adalah sampling jenuh.

Hipotesis dalam penelitian ini akan diuji dengan menggunakan analisa *Partial Least Square* (PLS) dengan *software Wrap-PLS 7.0*. Analisa PLS mempunyai dua model, yaitu *outer model* dan *inner model*. *Outer model* (*outer relation/measurement model*) menunjukkan spesifikasi hubungan antar variabel dengan indikatornya. Sedangkan *inner model* (*inner relation/stuctural model*) menunjukkan spesifikasi hubungan antar variabel laten, yaitu antara variabel eksogen/independen dengan variabel endogen/dependen (Ghozali, 2008).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Data untuk penelitian ini didapatkan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada 43 IKM rendang Payakumbuh. Dari 43 kuesioner yang disebar, hanya 41 kuesioner saja yang representative untuk dijadikan sampel sedangkan 2 kuesioner tidak dapat disebar karena usaha responden tidak berproduksi dan alamat tidak ditemukan.

Karakteristik Responden

Selanjutnya, dari 41responden yang diteliti dapat dilihat karakteristik

dari masing-masing responden. Untuk melihat responden berdasarkan karakteristik tersebut dapat dilihat sebagai berikut :

Data menunjukkan bahwa responden yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 6 orang dengan besaran persentase 14,6% dan jumlah perempuan 35 orang dengan persentase 85,4% yang menunjukkan bahwa jumlah dominasi perempuan sebagai pelaku usaha pada usaha olahan rendang Kota Payakumbuh.

Berdasarkan lamanya usaha yang telah dijalankan oleh para pelaku usaha olahan rendang dapat dilihat bahwa dominasi yang terjadi pada rentang waktu antara 1 sampai 10 tahun lamanya usaha atau 60,97%, hal ini menunjukkan bahwa para pelaku usaha olahan rendang yang lamanya usaha <10 tahun mampu melakukan koordinasi dengan baik dalam melakukan mitra dagang maupun dengan pemasok ataupun dengan para pelaku supply chain-nya. Kemudian lama usaha 11 sampai 20 tahun dengan jumlah pelaku usaha 14 orang dengan nilai persentase 34,15%, lama usaha 21 sampai 30 tahun berjumlah 1 orang dengan nilai persentase 2,44%, dan yang mitra yang paling lama yang sudah menajalani usahanya adalah lebih dari 30 tahun lamanya dengan 1 pelaku mitra dengan jumlah persentase sebesar 2,44%. Hal ini menunjukkan usaha olahan rendang memiliki mitra yang sudah berpengalaman. Artinya, semakin lama usaha tersebut berdiri maka semakin mahir dan tinggi pula daya tahan usaha rendang tersebut. Mitra yang sudah lama menajalani usahanya dapat memberi masukan yang baik bagi olahan makanan rendang dalam menghasilkan produk yang sesuai dengan keinginan pelanggan.

Kemudian diketahui bahwa jenjang pendidikan responden tingkat pendidikan Strata-1 (S1) berjumlah 12 orang dengan nilai persentasenya sebesar 29,27%, dan responden usaha dengan tingkat pendidikan SLTA

berjumlah 18 orang atau 43,9% yang mendominasi dari keseluruhan responden. Ini menunjukkan tingkat pendidikan dari masing-masing pelaku usaha rendang lebih banyak berpendidikan SLTA. Hal ini dikarenakan para pelaku usaha lebih lama berkecimpung dalam dunia usaha rendang atau yang sudah turun - temurun. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa secara umum tingkat pendidikan pemilik usaha rendang sudah cukup tinggi.

Convergent Validity

Ghozali, (2008) menyatakan *convergent validity* merupakan pengukuran korelasi antara skor indikator dengan skor variabel latennya. Untuk penelitian ini *loading factor* 0,5 sampai 0,6 dianggap cukup, karena merupakan tahap awal pengembangan skala pengukuran dan jumlah indikator per konstruk tidak besar, berkisar antara 1 sampai 3 indikator. Selain itu, skor dari t-statistik juga harus lebih besar dari 1,96. Apabila dua parameter ini telah terpenuhi maka dapat disimpulkan bahwa indikator yang digunakan sudah valid.

Tabel 5 Hasil Loading Factor

Variabel	SE	Indikator	Cross Loading	P Value
Berbagi Informasi (X1)	0.107	X11	0.883	<0.001
	0.106	X12	0.913	<0.001
	0.116	X13	0.705	<0.001
Hubungan Jangka Panjang (X2)	0.123	X21	0.560	<0.001
	0.110	X22	0.821	<0.001
	0.114	X23	0.764	<0.001
Kinerja Rantai Pasokan (Y1)	0.113	Y11	0.772	<0.001
	0.112	Y12	0.793	<0.001
	0.114	Y13	0.749	<0.001
	0.109	Y14	0.849	<0.001
	0.106	Y15	0.916	<0.001
Keunggulan Bersaing (Y2)	0.113	Y21	0.761	<0.001
	0.104	Y22	0.951	<0.001
	0.105	Y23	0.926	<0.001
	0.104	Y24	0.954	<0.001
	0.106	Y25	0.910	<0.001

Sumber: Data Olahan (2020).

Hasil menunjukkan nilai *cross loading* diatas 0.5 yang artinya seluruh indikator yang digunakan dalam penelitian ini telah memenuhi kriteria *convergent validity*.

Discriminant Validity

Pengujian *discriminant validity* dinilai dari *cross-loading* pengukuran dengan konstruk. Untuk dapat menganalisa *discriminant validity* yaitu dengan kriteria AVE. Kriteria yang digunakan adalah akar kuadrat (*square roots*) dan *average variance extracted* (AVE), yaitu kolom diagonal dan diberi tanda kurung harus lebih tinggi dari korelasi antar variabel laten pada kolom yang sama (atas atau bawahnya).

Tabel 6 Hasil Output AVE

	BI	HJP	KRP	KB
BI	0.839	0.502	0.359	0.354
HJP	0.579	0.717	0.545	0.527
KRP	0.359	0.484	0.818	0.674
KB	0.354	0.373	0.674	0.903

Sumber: Data Olahan (2020).

Tabel 6 menunjukan kriteria validitas diskriminan telah terpenuhi ditunjukkan dengan akar kuadrat AVE lebih besar dari pada koefisien korelasi antar konstruk pada masing-masing indikator dari setiap variabel dapat mengukur variabel tersebut secara tepat daripada dengan variable lain. Dari Tabel 2 dapat diketahui bahwa nilai AVE untuk masing-masing variabel >0.5 sehingga data tersebut dinyatakan valid.

Composite Reliability

Tabel 7 Hasil Composite Reliable

	Composite Reliable
BI	0.875
HJP	0.756
KRP	0.910
KB	0.957

Sumber: Data Olahan (2020).

Tabel 7 Menunjukkan bahwa semua variabel dalam penelitian memiliki nilai *composite reliability* yang lebih besar dari 0,7 sehingga dapat disimpulkan bahwa model struktural yang digunakan sudah baik.

Inner Model

Selain outer model, PLS juga melakukan pengujian terhadap *inner model*. Hasil dari Inner model ini dapat dilihat melalui nilai R-square.

Tabel 8 Nilai R-square

	R-square
KRP	0.429
KB	0.688

Sumber: Data Olahan (2020).

Tabel 8 menunjukkan bahwa 42,9% variabel keunggulan bersaing dapat dijelaskan oleh variabel berbagi informasi dan hubungan jangka panjang sedangkan 68.8% variabel keunggulan bersaing dapat dijelaskan oleh variabel berbagi informasi dan hubungan jangka panjang dan kinerja rantai pasokan.

Berdasarkan hasil analisis data menggunakan PLS, ditemukan bahwa semua indikator empirik yang digunakan telah memenuhi pengujian outer model yang meliputi *convergent validity*, *discriminant validity*, dan *composite reliability*.

Tabel 9 Model Fit and Quality Indices

Model Fit and Quality Indices	Indeks	P-Values	Kriteria	Keterangan
Average path coefficient (APC)	0.509	P<0,001	P<0,05	Diterima
Average R-Squared (ARS)	0.559	P<0,001	P<0,05	Diterima
Average Adjusted R-Squared	0.540	P<0,001	P<0,05	Diterima
Average Block Variance Inflation Factor (AVIF)	1.545	≤ 5 dan idealnya ≤ 3,3		Diterima
Average Full Collinearity VIF (AFVIF)	1.862	≤ 5 dan idealnya ≤ 3,3		Diterima
Tenenhaus GoF (GoF)	0.614	small≥0,1, medium≥0,25, large ≥0,36		Large
Sympson's paradox ratio (SPR)	1.000	≥0,7 dan idealnya = 1		Diterima
R-Squared Contribution Ratio (RSCR)	1.000	≥0,9 dan idealnya = 1		Diterima
Statistical Suppression Ratio (SSR)	1.000	≥0,9		Diterima
Nonlinear Bivariate Causality Direction Ratio (NLBCDR)	1.000	≥0,7		Diterima

Sumber: Data Olahan (2020).

Pada keterangan di atas nilai yang diperoleh dari sepuluh kriteria sudah terpenuhi, sehingga dapat dikatakan model tersebut telah memenuhi persyaratan model fit (sesuai). Selanjutnya, dari nilai R-square ini dapat dihitung pula besarnya Q^2 dengan perhitungan sebagai berikut :

$$\text{Nilai } Q^2 = 1 - (1-0.429) \times (1-0.688) \\ = 0,821848 = 82.2\%$$

Nilai Q^2 yang dihasilkan ini memberi arti bahwa besarnya keragaman dari data penelitian yang dapat dijelaskan oleh model struktural adalah sebesar 82,2% dan 17,8% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain. Selain melihat nilai R-square dan Q^2 untuk pengujian inner model.

Uji Hipotesis

Tabel 10 Hasil Uji Hipotesis

	Independen	Dependen	Koefisien	P-Value	Kriteria	Ket.
H1	Berbagi Informasi	Kinerja Rantai Pasokan	0.12	0.21	<0.05	Ditolak
H2	Hubungan Jangka Panjang	Kinerja Rantai Pasokan	0.58	0.01	<0.05	Diterima
H3	Kinerja Rantai Pasokan	Keunggulan Bersaing	0.83	0.01	<0.05	Diterima

Sumber: Data Olahan (2020).

Berdasarkan hasil uji hipotesis di atas dapat diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Uji hipotesis 1 tidak diterima, artinya variable berbagi informasi memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap variable kinerja rantai pasokan pada IKM Rendang Kota Payakumbuh. Hal ini ditunjukkan dengan nilai beta (β) 0.12.
2. Uji hipotesis 2 diterima, artinya variable hubungan jangka panjang memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variable kinerja rantai pasokan pada IKM Rendang Kota Payakumbuh. Hal ini ditunjukkan dengan nilai beta (β) 0.58.
3. Uji hipotesis 3 diterima, artinya variable kinerja rantai pasokan

memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variable keunggulan bersaing pada IKM Rendang Kota Payakumbuh. Hal ini ditunjukkan dengan nilai beta (β) 0.83.

Berdasarkan dari hasil penelitian yang dilakukan, salah satu variabel independen dalam penelitian ini, berbagi informasi tidak signifikan sedangkan hubungan jangka panjang signifikan terhadap peningkatan kinerja manajemen rantai pasokan dan terdapat pula pengaruh signifikan antara kinerja rantai pasokan terhadap keunggulan bersaing. Hal ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rashed, *et. al* (2010), Majid dan Bambang (2017), Ariani (2013), dan Afriani *et al* (2019), San jaya *et al* (2016) dan Jati (2008).

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil perhitungan dan pengujian hipotesis, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berbagi informasi memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kinerja rantai pasokan. Hal ini berarti bahwa berbagi informasi di IKM rendang Payakumbuh masih lemah, padahal variabel tersebut merupakan rantai yang penting dan mempengaruhi variabel lain. Sehingga perlu perbaikan berbagi informasi dalam rangka menghasilkan kinerja rantai suplai yang maksimal.
2. Hubungan jangka panjang memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja rantai pasokan. Hal ini berarti bahwa semakin baik hubungan jangka panjang antar pemilik usaha dengan mitra akan mempengaruhi kinerja rantai pasokan. Oleh sebab itu, kedepan perlu dijaga harmonisasi dan komunikasi yang efektif dengan pemasok maupun mitra usaha.
3. Kinerja rantai pasokan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap

keunggulan bersaing. Hal ini berarti bahwa semakin baik performa kinerja rantai pasokan akan mempengaruhi keunggulan bersaing pemilik usaha. Dengan demikian, untuk mencapai keunggulan bersaing maka biaya murah, respon yang cepat dan differensiasi produk perlu diperbaiki.

Saran

Saran yang dapat diberikan dari hasil penelitian selanjutnya dan kepada pemilik IKM rendang Kota Payakumbuh sebagai berikut:

1. Berbagi informasi yang dilakukan antara pemilik usaha rendang dengan pemasok dan mitra perlu ditingkatkan terutama pada kualitas informasi yang diciptakan melalui pertukaran informasi yang dapat dipercaya/akurat dan mampu mengurangi ketidakpastian dalam proses pengambilan keputusan bisnis.
2. Melibatkan pemasok dan mitra dalam perencanaan bisnis dengan menjalin komunikasi yang baik dan kerjasama antara anggota rantai pasokan dapat meningkatkan keuntungan jangka panjang sehingga perlu ditingkatkan.
3. Mempertimbangkan faktor kehandalan pemasok dalam memilih pemasok bahan baku mampu mempengaruhi kinerja rantai pasokan dalam memproduksi rendang.
4. Pangsa pasar yang kompetitif, membuat harga produk rendang sangat bersaing. Pemilik usaha rendang dapat meningkatkan citra produk baik dari segi kemasan dan rasa untuk menarik konsumen, serta dapat memberikan harga khusus maupun diskon pada pembelian dengan jumlah tertentu.

DAFTAR PUSTAKA

Ambe, Intaher Marcus, 2014. *Key Indicators for Optimising Supply Chain Performance: The Case Of Light Vehicle Manufacturers In South Africa. The Journal of*

Applied Business Research, 30 (1).

Anatan dan Ellitan, 2018, *Supply Chain Management* Perencanaan, Proses dan Kemitraan Edisi Revisi, Bandung: Alfabeta.

Ariani, D. dan Bambang Munas Dwiyanto. 2013. Analisis Pengaruh *Supply Chain Management* Terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Pada Industri Kecil Dan Menengah Makanan Olahan Khas Padang Sumatera Barat). *Jurnal Studi Manajemen Organisasi*, 10(2), 132-14.

Fitrianto, A.Y. dan Budi Sudaryanto. 2016. Pengaruh *Supply Chain Management* Terhadap Kinerja Operasional Outlet (Studi Pada *Counter Handphone* yang terdaftar di PT. Multikom Indonesia Cabang Semarang). *Journal Of Management*, 5(2), 1-11.

Ghozali, Imam. 2008. *Structural Equation Modeling, Metode alternatif dengan partial least square*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Heizer, J. & Render, B. 2011. *Operations Management. Tenth Edition*. Pearson, New Jersey, USA.

Ibrahim, S. E., & Olayinka Ogunyemi. 2012. *The Effect of Linkages and Information Sharing on Supply Chain and Export Performance: An Empirical Study of Egyptian Textile Manufacturers. Journal of Manufacturing Technology Management*, 23(4), 441–463.

- Kurniawan, A. Dan Amie,K.. 2017. Pengaruh Manajemen Rantai Pasokan Terhadap Kinerja UMKM Batik Di Pekalongan. *Journal Of Management*, 6(4), 1-11.
- Majid dan Bambang Munas Dwiyanto. 2017. Analisis Pengaruh *Long-Term Relationship, Information Sharing, Trust, Dan Process Integration* , Terhadap Kinerja *Supply Chain Management* (Studi Pada Industri Knalpot Di Purbalingga). *Manajemen*, 6(2),1-12.
- Porter, Michael E. 2014. *Understanding Michael Porter Panduan Paling Penting Tentang Kompetisi dan Strategi*, Yogyakarta : ANDI.
- Sufa, Mila Faila.,Wigaringtyas, Latifa Dinar Munawir., dan Hafidh, 2016. Strategi Peningkatan Kinerja Rantai Pasok Ukm Batik Dengan Supply Chain Operation Reference (SCOR). IENACO.