

ANALISIS *SUPPLY CHAIN MANAGEMENT* (SCM) DALAM MENINGKATKAN KELANGSUNGAN BISNIS PADA TOKO GARDENA KOTA SO'E

*Supply Chain Management (SCM) Analysis in Improving Business
Continuity at Gardena Store, So'e City*

Hidayat Hartaman^{1,a)}, Markus Bunga^{2,b)}, Yonas F. Riwu^{3,c)}, Yosefina K. I. I. D. Dhae^{4,d)}
^{1,2,3,4)}Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Nusa Cendana Kupang, Indonesia

Koresponden : ^{a)} hidayathartaman.070101@gmail.com, ^{b)} markusbunga@staf.undana.ac.id,
^{c)} yonas.riwu@staf.undana.ac.id, ^{d)} yosefinadhae@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui aliran *supply chain management* (SCM) dalam meningkatkan keberlangsungan bisnis pada Toko Gardena So'e.. Penelitian menggunakan metode deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data digunakan dalam penelitian ini yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Kemudian data yang dikumpulkan melewati tahap reduksi data, penyajian data, dan verifikasi data. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pelaku rantai pasok (*supply chain*) terdiri dari Distributor, Toko Gardena, Pengecer, dan Konsumen. Untuk Aliran Barang dan Aliran Uang sudah berjalan dengan baik, sedangkan Aliran informasi antara Toko Gardena dan Pengecer belum berjalan dengan baik karena ketika Pengecer melakukan pembelian terkadang masih terdapat produk dari Toko Gardena yang habis saat Pengecer ingin membeli produk. Kendala ini menunjukkan adanya masalah dalam pengadaan produk, toko gardena belum bisa membaca permintaan pasar sehingga produk terkadang mengalami kehabisan stok. Hal yang sama pun terjadi antara Toko Gardena dan konsumen karena konsumen juga mempunyai hak yang sama dengan Pengecer, hanya yang membedakan adalah jumlah produk yang dibeli. Aliran informasi antara Toko Gardena dan Konsumen belum berjalan dengan baik, Karena toko belum bisa membaca permintaan pasar dan kebutuhan konsumen dengan baik sehingga terkadang masih terjadi kehabisan stok. Dengan menerapkan manajemen rantai pasok dapat membantu Toko Gardena dalam meningkatkan efisiensi, kualitas dan responsivitas dalam rantai pasokan. Selain itu manajemen rantai pasokan (*supply chain management*) juga berkontribusi terhadap keberlanjutan bisnis dan peningkatan produktivitas serta profitabilitas.

Kata Kunci : *Supply Chain*, Aliran, Keberlangsungan Bisnis

PENDAHULUAN

Di era globalisasi saat ini, persaingan bisnis dalam industri retail semakin ketat. Industri retail merupakan industri yang menjual produk dan jasa pelayanan yang telah diberi nilai tambah untuk memenuhi kebutuhan pribadi, keluarga, kelompok, atau pemakai akhir. Saat ini, ada banyak macam jenis industri retail di Indonesia, termasuk pasar modern, pasar swalayan, butik, pabrik outlet, toko khusus, pusat perdagangan, mall dan plaza. Produk yang dijual kebanyakan adalah pemenuhan dari kebutuhan rumah tangga termasuk bahan pokok (Martinus, 2011). Pada dasarnya, retail merupakan mata rantai pasokan yang terjadi antara produsen dan konsumen. Dengan perkembangan ekonomi saat ini, persaingan dalam negeri

semakin bebas dan ketat, Kemampuan bisnis untuk memenuhi kebutuhan konsumen adalah tantangan yang harus dihadapi oleh setiap bisnis. Peranan bisnis ini sangat penting karena memungkinkan produsen untuk fokus pada pembuatan produk tanpa terpengaruh oleh kebutuhan konsumen tingkat akhir (Martinus, 2011). Keberlangsungan bisnis di toko ritel sangat dipengaruhi oleh beberapa faktor penting. Pertama strategi pemasaran yang efektif dan menarik dapat membantu menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan lama. Ini mencakup promosi, branding, dan pengalaman pelanggan yang memuaskan. Kedua, manajemen stok yang baik diperlukan untuk menghindari stok yang berlebihan atau kekurangan dan untuk menjaga ketersediaan produk yang diinginkan oleh pelanggan dengan inovasi produk dan keunggulan kompetitif. Dengan pengembangan *e-commerce* dan Solusi digital yang efektif, kemajuan teknologi memengaruhi kelangsungan bisnis. Oleh karena itu, keberlangsungan bisnis suatu perusahaan dapat dipengaruhi positif oleh efisiensi manajemen rantai pasokan (SCM). Efektivitas SCM dan efisiensi biaya operasional dapat meningkatkan efisiensi biaya produksi dan pemasaran untuk memenuhi kebutuhan pelanggan serta meningkatkan produktivitas Perusahaan dalam rantai pasokan melalui optimalisasi waktu, lokasi, dan aliran kuantitas bahan. Dalam penelitian ini, kinerja toko dipengaruhi positif oleh penerapan SCM.

Toko Gardena merupakan salah satu toko yang berada di Kota So'e, Kabupaten Timor Tengah Selatan, lokasinya di jalan ikan arwana dekat Pasar Inpres So'e. Toko Gardena merupakan toko grosir yang membeli produk dari distributor kemudian menjualnya kembali kepada konsumen. barang dibeli secara grosir kemudian dijual kembali secara grosir dan eceran. Barang yang dijual oleh toko ini pun sama seperti toko grosir pada umumnya yaitu produk yang kebanyakan langsung digunakan oleh konsumen seperti perlengkapan rumah tangga, makanan dan minuman, dan berbagai macam souvenir serta barang konsumen lainnya. Dalam hal ini perlu menganalisis bagaimana toko dapat bertahan di era yang banyak pesaingnya, maka dari itu strategi apa yang tepat dalam memastikan kualitas dan harga produk agar memperkuat peningkatan kelangsungan bisnis. Kehadiran riset ini diharapkan akan membawa manfaat bagi perusahaan secara keseluruhan, terutama dalam hal efisiensi operasional, pengurangan biaya, dan peningkatan kepuasan pelanggan.

TINJAUAN PUSTAKA

Pemasaran

Menurut (Kotler and Keller, 2016) pemasaran adalah proses sosial dan manajerial di mana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan menukar produk yang bernilai dengan pihak lain. Sedangkan menurut (Tuten, 2022), pemasaran adalah kegiatan, proses, dan institusi yang menciptakan, mengkomunikasikan, mengantar, dan menukarkan penawaran yang bernilai antara pembeli dan penjual, untuk mencapai tujuan individu dan organisasi. Dengan mempertimbangkan dua definisi diatas, dapat disimpulkan bahwa pemasaran adalah suatu proses yang mencakup Tindakan yang dimaksudkan untuk membuat, menyampaikan, dan menukarkan produk atau jasa yang memiliki nilai bagi pelanggan dan pemilik bisnis. Tujuannya adalah untuk menghasilkan keuntungan dan memenuhi kebutuhan dan juga keinginan pelanggan.

Supply Chain Management

Menurut Pujawan dan Mahendrawati (2010) menjelaskan bahwa pentingnya peran semua pihak mulai dari *supplier, manufacturer, distributor, retailer* dan *customer* dalam menciptakan produk yang murah, berkualitas dan cepat. Inilah yang melahirkan konsep baru yaitu *Supply Chain Management*.

Menurut Indrajit dan Djokopranoto (2003), Perusahaan- perusahaan yang memiliki kepentingan dalam arus barang merupakan beberapa pemain utama dalam rantai pasokan, yang diantaranya.

1. *Supplier* (Chain 1)

Merupakan sumber bahan pertama. Ini dapat berupa bahan baku, bahan mentah, bahan penolong, bahan dagangan, suku cadang dan sebagainya.

2. *Supplier-Manufacturer* (Chain 1-2)

Merupakan produksi atau jenis pekerja lain yang memproduksi, mengkonversikan, merakit atau bahkan menyelesaikan barang yang sudah ada potensi penghematan dalam hubungan kedua rantai. salah satu cara untuk menghemat uang adalah dengan mengurangi stok bahan baku, bahan setengah jadi, dan bahan jadi yang dimiliki oleh pemasok, produsen, dan tempat transit.

3. *Supplier-Manufacturer-Distribution* (Chain 1-2-3)

Merupakan produk sudah jadi yang dibuat oleh pembuat sudah mulai dikirim ke pelanggan. Distributor atau pedagang besar mengirimkan barang dalam jumlah yang besar ke Gudang mereka dan kemudian pedagang besar mengirimkan barang dalam jumlah yang lebih kecil ke toko atau pengecer.

4. *Supplier-Manufacturer-Distribution- Retail Outlets* (Chain 1-2-3-4)

Merupakan pedagang besar yang biasanya memiliki gudang mereka sendiri untuk menimbun barang sebelum dikirim ke pengecer. Ada juga beberapa perusahaan yang langsung menjual produk yang mereka produksi kepada pelanggan, tetapi jumlahnya relatif kecil.

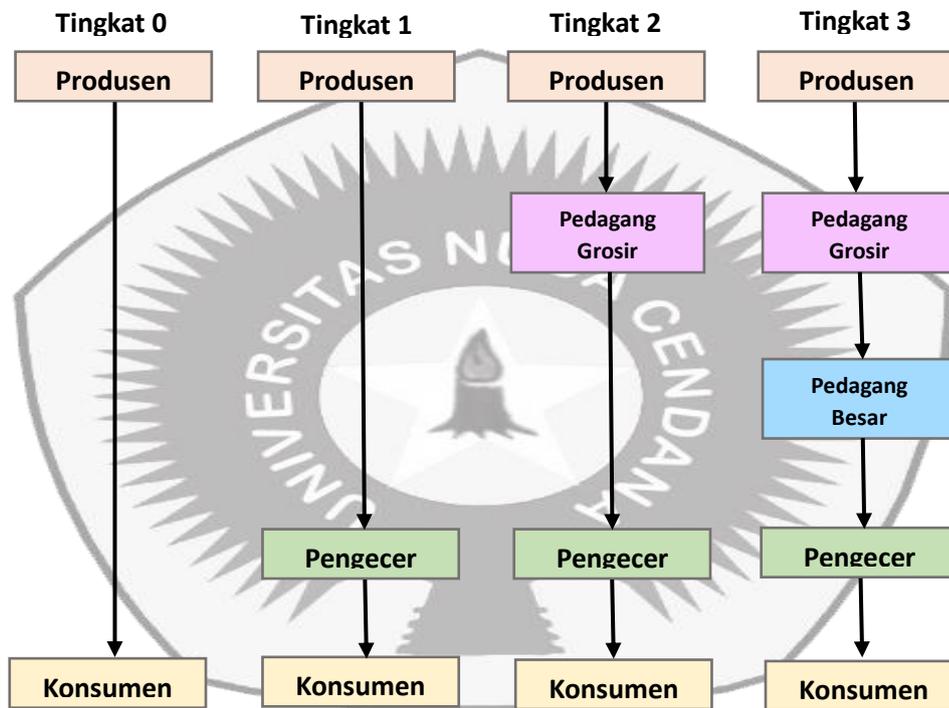
5. *Supplier-Manufacturer-Distribution-RetailOutlets-Customers* (Chain 1-2-3-4-5)

Merupakan rantai terakhir dalam rantai pasokan, dimana pengecer atau penjual menawarkan produk mereka langsung kepada pelanggan, pembeli atau orang yang menggunakan produk tersebut.

Saluran Distribusi

Pada dasarnya saluran distribusi merupakan perantara antara produsen dan konsumen. Menurut Kotler dan Amstrong (2001), Saluran distribusi merupakan suatu badan atau organisasi yang saling tergantung dan terlibat dalam proses untuk menjadikan suatu barang atau jasa untuk di pakai atau di konsumsi.

Perusahaan dapat menggunakan berbagai tingkatan saluran distribusi, seperti yang ditunjukkan pada bagan berikut untuk barang konsumsi (Oentoro, 2010).



Sumber: Oentoro (2010)

Kelangsungan Bisnis

Menurut (Widayanti, 2017) keberlangsungan bisnis/usaha adalah suatu kestabilan dari keadaan usaha, yang mana keberlangsungan adalah sistem berlangsungnya usaha yang mencakup pertambahan, kelanjutan dan pendekatan untuk melindungi kelangsungan usaha dan ekspansi usaha. Sedangkan menurut Savitri,dkk dalam (Cambra fierro, 2011) mengatakan bahwa keberlangsungan bisnis/usaha adalah salah satu cara perusahaan dalam mendapatkan keuntungan bagi pemangku kepentingan dengan memperhatikan dampak lingkungan dan meningkatkan relasi terhadap orang yang berperan penting seperti pelanggan dan supplier .

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah model deskriptif. Model deskriptif adalah metode penelitian yang berusaha menggambarkan dan menginterpretasikan objek sesuai kenyataan yang ada. Jenis data dalam penelitian ini adalah data kualitatif dan kuantitatif. Teknik pengumpulan data meliputi observasi, wawancara, studi pustaka, dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah tahap pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan verifikasi data.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pelaku Rantai Pasokan Toko Gardena

Penerapan rantai pasokan untuk setiap toko biasanya berbeda – beda, ada yang lengkap dan ada juga yang tidak. Dengan melakukan pengamatan dan wawancara, maka peneliti mengetahui dengan tepat arus rantai pasok pada Toko Gardena. awalnya produk diterima oleh Toko Gardena selaku pedagang grosir dari pihak distributor Wings Group dan PT Unilever kemudian disimpan dan dijual kembali kepada pengecer dan konsumen. dalam kasus ini ketika pengecer membeli maka akan di jual kembali kepada konsumen secara eceran.

Distributor, merupakan jaringan awal dimulai dari penyediaan produk dari distributor. Distributor adalah pelaku rantai pasok setelah produsen. Peran distributor menyalurkan produk jadi yaitu berupa produk WINGS kepada *customer*. Dalam pengiriman atau distribusi Wings Group dan PT Unilever mempunyai transportasi sendiri berupa truk dalam mengantarkan produk menuju *customer*.

Toko Gardena, adalah toko grosir yang bergerak di bidang perdagangan. Toko Gardena berperan sebagai pedagang grosir yang menjual produk untuk kebutuhan rumah tangga (Pakaian, Makanan dan Minuman (Sembako), Alat Tulis Kantor (ATK), Kosmetik dan juga lainnya). Karena banyaknya produk yang dijual oleh Toko Gardena maka Peneliti menampilkan beberapa produk saja yang dijual oleh Toko. Produk yang telah dibeli oleh pelanggan akan dibawa ke bagian kasir untuk dilakukan pengecekan harga produk. Disini, kasir akan menggunakan pemindai kode barang (*barcode*) untuk membaca kode unik dari setiap produk. Jika ada produk tanpa kode barang atau barang rusak, maka karyawan akan memasukkannya secara manual. Karena setiap produk sudah tercatat di komputer.

Retail, merupakan rantai pasokan setelah distribusi, retail adalah sektor yang dinamis dan terus berkembang, dengan fokus utama pada memenuhi kebutuhan konsumen melalui produk berkualitas, layanan prima, dan inovasi teknologi. Retail menjual produk jadi berupa produk rumah tangga kepada konsumen secara eceran. Untuk penjualan produk rumah tangga ke retail sesuai dengan jenis produk yang akan dipesan. Namun, sales akan memberikan harga murah jika pembeliannya dalam jumlah yang besar.

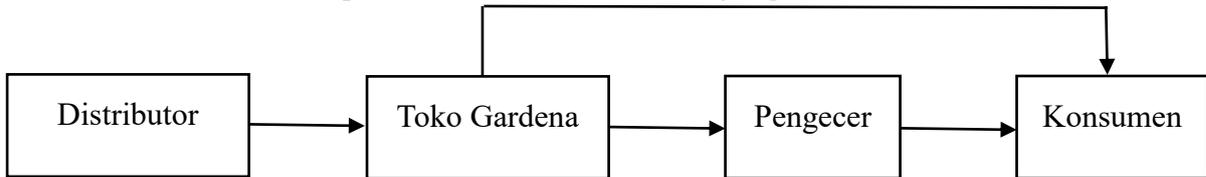
Konsumen, merupakan pengguna akhir dari suatu produk atau jasa. Rantai pasokan akhir dari suatu produk adalah konsumen dimana dapat membeli untuk digunakan sendiri produk yang telah dibelinya. Konsumen mendapatkan produk bisa lewat toko grosir atau pengecer, namun konsumen tidak dapat membeli secara langsung dari distributor yang menjual produk tersebut.

Analisis Aliran Rantai Pasokan Pada Toko Gardena

Rantai pasokan pada Toko Gardena Soe terdapat 3 aliran yakni aliran barang, aliran uang, dan aliran informasi dengan menganalisis aliran rantai pasokan pada Toko Gardena Soe menggunakan wawancara sehingga dapat diketahui apakah aliran rantai pasokan sudah berjalan dengan baik atau ada hambatan atau masalah yang terjadi.

Aliran Barang, Aliran barang terjadi dari Hulu ke Hilir dimulai dari Toko Gardena yang berperan sebagai Pedagang Grosir hingga produk diterima oleh konsumen sebagai pengguna

akhir. Aliran produk pada Toko Gardena sudah berjalan dengan baik karena pengecer dan konsumen saat menerima produk selalu dalam kualitas yang baik.



Gambar 1.

Aliran Produk Toko Gardena

1. Saluran I (Distributor - Toko Gardena – Konsumen)

Aliran produk dimulai setelah produk diterima oleh Toko Gardena dari distributor, produk akan dijual konsumen sebagai pembeli. Tetapi pada saluran ini tidak selamanya Konsumen menjadi rantai pasok kedua setelah toko karena pengecer kecil juga membeli dari toko Gardena. Perpindahan produk pada saluran ini tidak melalui perantara. Dimulai dari produk diterima dari distributor kemudian dijual langsung ke konsumen.

Saluran ini sedikit berbeda dengan teori yang dipaparkan oleh Oentoro (2010) yang terlihat pada Gambar 1. untuk saluran ini masuk kedalam saluran distribusi Tingkat 1, dimana distributor berperan sebagai pemasok bagi Toko Gardena, dikarenakan Toko Gardena berperan sebagai pedagang grosir bukan sebagai pengecer dan untuk proses perpindahan produk dari Toko Gardena langsung ke konsumen dan tidak melalui perantara.

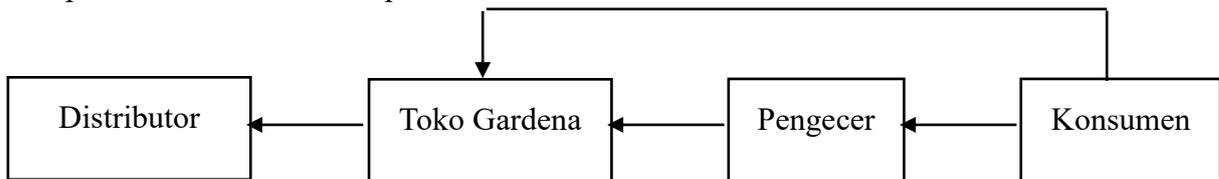
2. Saluran II (Distributor - Toko Gardena – Pengecer – Konsumen)

Aliran produk pada saluran 2 terdiri dari Toko Gardena – Pengecer – Konsumen. Perpindahan produk pada saluran ini melalui dua perantara yaitu Toko Gardena dan Pengecer.

Saluran ini sejalan dengan teori yang dipaparkan oleh Oentoro (2010) yang terlihat pada Gambar 1. untuk saluran ini masuk kedalam saluran distribusi Tingkat 1, dimana distributor berperan sebagai pemasok bagi Toko Gardena, distributor ini berperan sebagai rantai pertama dari rantai pasok Toko Gardena. produk yang telah diterima kemudian dijual kembali kepada pengecer tetapi tidak berhenti disitu pengecer juga kemudian menjual produk yang telah dibeli dari Toko Gardena kepada konsumen sebagai pemakai akhir dan untuk proses perpindahan produk pada saluran ini melalui dua perantara yakni Toko Gardena dan Pengecer

Aliran Uang, Aliran uang terjadi dari Hilir ke Hulu, Aliran uang dimulai dari konsumen sebagai pembeli kemudian ke Pengecer hingga sampai kepada Toko Gardena dan membeli lagi dari distributor. Aliran uang yang terjadi pada Toko Gardena sudah berjalan dengan baik. Proses penjualan produk dilakukan secara tunai dan jika ada pembeli yang membeli produk dalam jumlah besar maka akan mendapatkan potongan. Konsumen tidak saja membeli dari Pengecer tetapi juga dari Toko Gardena, uang yang diterima dari konsumen akan digunakan Pengecer untuk melakukan perputaran uang, sama halnya dengan Toko Gardena yang menerima uang nya dari Konsumen. Setelah uang diterima oleh pengecer maka akan digunakan untuk membeli produk dari Toko Gardena untuk kemudian dijual kembali secara eceran kepada konsumen. Terakhir produk yang diterima oleh Toko Gardena dari pengecer

dan konsumen akan digunakan untuk uang tersebut akan digunakan untuk membeli produk dari pihak Distributor selaku pemasok dari Toko Gardena.



Gambar 2.

Aliran Uang Toko Gardena

1. Saluran I (Distributor - Toko Gardena – Konsumen)

Aliran uang yang terjadi pada toko gardena terjadi dari hilir ke hulu. Pada saluran I aliran uang mengalir dari konsumen ke Toko dan dari toko melakukan pembelian produk ke distributor sebagai pemasok, proses penjualan dilakukan secara cash karena konsumen sendirilah yang datang dan langsung membeli produk dari toko gardena.

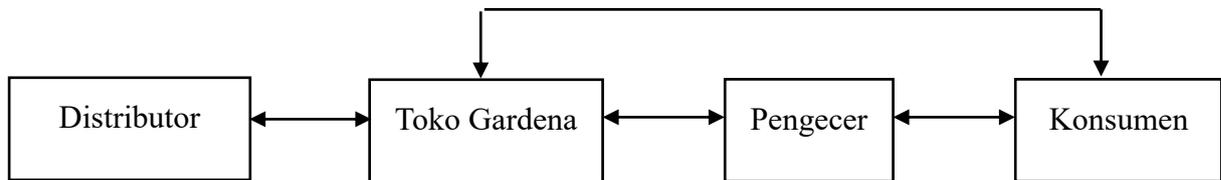
Saluran ini sedikit berbeda dengan teori yang dipaparkan oleh Oentoro (2010) yang terlihat pada Gambar 1. untuk saluran ini masuk kedalam saluran distribusi Tingkat 1, dimana distributor berperan sebagai pemasok bagi Toko Gardena, dikarenakan Toko Gardena berperan sebagai pedagang grosir bukan sebagai pengecer dan untuk proses perpindahan uang dari Konsumen langsung kepada Toko Gardena dan tidak melalui perantara.

2. Saluran II (Distributor - Toko Gardena – Pengecer - Konsumen)

Aliran uang pada saluran II mempunyai variasi rantai pasok yang lebih panjang. dimana produk yang dibeli oleh para pengecer dari toko gardena akan dijual kembali secara eceran kepada konsumen. jadi uang akan mengalir dari konsumen kepada pengecer dan dari pengecer kepada toko gardena dan setelah itu uang yang diterima oleh toko akan digunakan untuk membeli produk lagi dari distributor.

Saluran ini sejalan dengan teori yang dipaparkan oleh Oentoro (2010) yang terlihat pada Gambar 1. untuk saluran ini masuk kedalam saluran distribusi Tingkat II, dimana distributor berperan sebagai pemasok bagi Toko Gardena, distributor ini berperan sebagai rantai pertama dari rantai pasok Toko Gardena.

Aliran Informasi, Aliran informasi juga aliran penting dalam penyaluran produk. Aliran informasi yang terjadi pada toko Gardena belum berjalan baik. Aliran informasi pada toko Gardena terjadi dari hulu ke hilir dan hilir ke hulu. Aliran informasi antara Toko Gardena dan Pengecer sudah berjalan baik, karena pengecer biasanya berkomunikasi dengan pemilik toko untuk bisa terjadinya kesepakatan harga, sehingga bisa terjadi hubungan jangka panjang. Aliran informasi antara Toko Gardena dan konsumen belum berjalan dengan baik karena konsumen biasanya hanya sebatas datang membeli produk dari toko, sehingga terkadang toko gardena kesusahan untuk memenuhi kebutuhan konsumen karena selalu terjadi kehabisan stok. Jadi Aliran informasi antara Toko Gardena dan konsumen belum berjalan dengan baik, Karena Toko Gardena belum bisa membaca atau mengatasi permintaan dari Pelanggan



Gambar 2.

Aliran Informasi Toko Gardena

1. Saluran I (Distributor - Toko Gardena – Konsumen)

Aliran informasi pada toko gardena terjadi dari Hulu ke Hilir dan sebaliknya. Pada saluran ini terdapat dua rantai pasok yaitu toko gardena dan konsumen. informasi dari konsumen diperlukan oleh toko gardena agar dapat mengetahui kebutuhan dan keinginan dari konsumen. juga informasi dari toko diperlukan oleh konsumen untuk mengetahui harga produk dari toko tersebut.

Saluran ini sedikit berbeda dengan teori yang dipaparkan oleh Oentoro (2010) yang terlihat pada Gambar 1. untuk saluran ini masuk kedalam saluran distribusi Tingkat I, dimana distributor berperan sebagai pemasok bagi Toko Gardena, dikarenakan Toko Gardena berperan sebagai pedagang grosir bukan sebagai pengecer dan untuk aliran informasi terjadi toko kepada pengecer kemudian kepada konsumen dan sebaliknya.

2. Saluran II (Distributor - Toko Gardena – Pengecer – Konsumen)

Aliran informasi yang terjadi pada saluran II dimulai dari toko gardena ke pengecer dan ke konsumen dan berbalik lagi dari konsumen ke pengecer dan ke toko. Informasi dari pengecer diperlukan oleh toko untuk bisa memenuhi kebutuhan pengecer, dan informasi dari konsumen diperlukan oleh pengecer agar produk yang dibeli bisa dibeli lagi oleh konsumen. informasi dari konsumen ke pengecer juga diperlukan yaitu untuk mengetahui harga dari produk yang dijual dan informasi dari pengecer ke toko diperlukan untuk bisa mengetahui harga produk.

Saluran ini sejalan dengan teori yang dipaparkan oleh Oentoro (2010) yang terlihat pada Gambar 1. untuk saluran ini masuk kedalam saluran distribusi Tingkat II, dimana distributor berperan sebagai pemasok bagi Toko Gardena, distributor ini berperan sebagai rantai pertama dari rantai pasok Toko Gardena. aliran informasi terjadi toko kepada pengecer kemudian kepada konsumen dan sebaliknya.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti tentang Analisis *Supply Chain Management* (SCM) dalam meningkatkan kelangsungan bisnis pada Toko Gardena Kota So'e. dengan rantai pasok (*supply chain*) yaitu distributor, Toko Gardena, Pengecer, dan Konsumen. Pada rantai pasok ini, Toko Gardena tidak hanya berperan sebagai grosir yang menyediakan produk kepada pengecer, tetapi juga menjualnya kepada konsumen sebagai pengguna akhir yang kebanyakan membeli produk dalam jumlah yang lebih kecil untuk digunakan dalam kebutuhan sehari-hari. Aliran barang yang terjadi di Toko Gardena Soe dari Hulu ke Hilir dimulai dari distributor yang mengirimkan produk ke Toko Gardena yang berperan sebagai pedagang grosir hingga produk diterima oleh konsumen sebagai pengguna

akhir. Aliran produk pada Toko Gardena sudah berjalan dengan baik karena pengecer dan konsumen saat menerima produk selalu dalam kualitas yang baik. Aliran uang yang terjadi pada rantai pasok Toko Gardena bergerak dari Hilir ke Hulu yaitu konsumen, pengecer dan Toko Gardena dan distributor. Proses aliran ini terjadi antara Pembeli dan Penjual. Untuk penjualannya secara tunai atau cash. Dimana pembeli melakukan proses pembayaran atas barang yang telah dibelinya dari pihak Distributor. Aliran informasi yang terjadi pada Toko Gardena terjadi dari Hilir ke hulu dan sebaliknya. Terdapat dua aliran informasi yang ada pada Toko Gardena yaitu antara Distributor dan Toko Gardena, Toko Gardena dan Pengecer dan antara Toko Gardena dan Konsumen. Aliran informasi antara Toko Gardena dan Pengecer belum berjalan dengan baik karena ketika Pengecer melakukan pembelian terkadang masih terdapat produk dari Toko Gardena yang habis saat Pengecer ingin membeli produk. Kendala ini menunjukkan adanya masalah dalam pengadaan produk, toko gardena belum bisa membaca permintaan pasar sehingga produk terkadang mengalami kehabisan stok. Hal yang sama pun terjadi antara Toko Gardena dan konsumen karena konsumen juga mempunyai hak yang sama dengan Pengecer, hanya yang membedakan adalah jumlah produk yang dibeli. Aliran informasi antara Toko Gardena dan Konsumen belum berjalan dengan baik, Karena toko belum bisa membaca permintaan pasar dan kebutuhan konsumen dengan baik sehingga terkadang masih terjadi kehabisan stok.. Penelitian ini sejalan dengan komponen *supply chain management* tingkat 5 yaitu *Supplier-Manufacturer-Distribution-RetailOutlets-Customers* (Chain 1-2-3-4-5) yang disampaikan oleh Indrajit dan Djokoprnoto (2003), merupakan produk sudah jadi yang dibuat oleh pembuat sudah mulai dikirim ke pelanggan. Distributor atau pedagang besar mengirimkan barang dalam jumlah yang besar ke Gudang mereka dan kemudian pedagang besar mengirimkan barang dalam jumlah yang lebih kecil ke toko atau pengecer dan dari pengecer langsung kepada pelanggan, pembeli atau orang yang menggunakan produk tersebut. Sebagai pedagang grosir yaitu Toko Gardena, mempunyai peran sangat penting dalam rantai pasokan dimana bertugas untuk membeli produk dari distributor dan menjual kembali kepada pengecer. Sejalan dengan penelitian Berepalay et al., (2024) manajemen rantai pasok merupakan hal penting dalam memperlancar suatu usaha dan bisnis karena tanpa manajemen rantai pasok yang baik kegiatan usaha akan terhalang dan bisa mengakibatkan kerugian.

PENUTUP

Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa *supply chain management* (SCM) di Toko Gardena melibatkan empat aktor utama: distributor, toko Gardena, pengecer, dan konsumen. Aliran barang dan uang telah berjalan dengan baik, dengan proses tunai dan kualitas produk yang tetap terjaga hingga ke konsumen. Namun, aliran informasi belum optimal, khususnya antara Toko Gardena dan konsumen, yang menyebabkan kesulitan dalam membaca kebutuhan pasar. Kekurangan stok produk terjadi akibat lemahnya pengelolaan informasi permintaan. SCM yang efektif terbukti dapat meningkatkan efisiensi, produktivitas, dan profitabilitas toko. Toko Gardena memainkan peran penting sebagai pedagang grosir dalam rantai pasok. Manajemen rantai pasok yang tepat mendukung kelangsungan bisnis dengan memastikan kelancaran distribusi produk dan pelayanan pelanggan. Penelitian ini menegaskan bahwa pembenahan sistem informasi dalam rantai pasok menjadi kunci peningkatan keberlangsungan bisnis.

Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh, maka dapat diberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi Toko Gardena Soe Dengan penelitian ini dapat membantu toko untuk memperhatikan sistem rantai pasokan (supply chain) yang terjadi terlebih pada aliran informasi antara toko dan konsumen yang berjalan dengan baik, sehingga perlu untuk diperhatikan.
2. Bagi Peneliti Selanjutnya yang ingin menganalisis supply chain management dapat memfokuskan pada membangun hubungan dalam rantai pasokan dan menganalisis kelangsungan bisnis toko dalam rantai pasokan.

DAFTAR PUSTAKA

- Berepalay, A. S., Fanggidae, R. P. C., Salean, D. Y., & Bunga, M. (2024). Analisis Supply Chain Management Pada Pabrik Plastik Cv. Sukses Jaya Abadi. *GLORY Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 5(5), 1011–1020. <https://doi.org/10.35508/glory.v5i5.16286>
- Hanlon, A., & Tuten, T. L. (Eds.). (2022). *The SAGE handbook of social media marketing*. Sage.
- Indrajit, R.E dan Djokopranoto, R. (2002). Konsep Manajemen Supply Chain :Strategi Mengelola Manajemen Rantai Pasokan Bagi Perusahaan Modern diIndonesia. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Kotler, Amstrong. 2001. Prinsip-prinsip pemasaran, Edisi duabelas, Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kotler, P. and Keller, Kevin L. 2016: Marketing Management, 15th Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.
- Martinus, H. (2011). Analisis industri retail nasional. *Humaniora*, 2(2), 1309-1321.
- Oentoro, Deliyanti. (2010). Manajemen Pemasaran Modern. Yogyakarta: LaksBang Pressindo.
- Pujawan, I. N., & Mahendrawathi, E. R. (2010). Supply chain management Surabaya: Guna Widya.
- Widayanti, R., Damayanti, R., & Marwanti, F. (2017). Pengaruh financial literacy terhadap keberlangsungan usaha (business sustainability) pada umkm desa jatisari. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 18(2), 153-163.