

Analisis Inovasi dan Optimalisasi Supply Chain Management pada Sektor UMKM di Kawasan Lokal

Anggraeni Pratama Indrianto^{1✉}, Ikhsan Nurahman²

Yarsi Pratama University, Indonesia

Abstract

This study aims to analyze the impact of supply chain management (SCM) practices on company performance, specifically focusing on the mediating role of supply chain performance within small and medium enterprises (SMEs) in the ceramic and pottery craft sector in Wedi, Klaten, Indonesia. Given the competitive pressures faced by SMEs, particularly in traditional craft industries, SCM practices are increasingly relevant for enhancing organizational performance and sustainability. The study employs a survey methodology, collecting quantitative data through structured questionnaires distributed to all 50 pottery and ceramic SMEs operating in the target area. To assess the relationships, path analysis was utilized, enabling a detailed examination of both direct and indirect influences of SCM practices on overall company performance. The SCM dimensions evaluated in this study include customer relationship management (CRM), supplier relationship management (SRM), goal congruence, and information sharing, each of which represents critical facets of SCM in this context. The results demonstrate that CRM, SRM, goal congruence, and information sharing each have a significant, positive effect on company performance. Additionally, these SCM practices positively influence supply chain performance individually. However, supply chain performance does not play a mediating role in the relationship between SCM practices and company performance, suggesting that SCM practices directly drive company outcomes without substantial mediation.

Keywords: *Supply Chain Management Practices, Customer Relationship Management, Supplier Relationship Management, Goal Congruence, Information Sharing.*

Copyright (c) 2024 Anggraeni Pratama Indrianto

✉ Corresponding author : Anggraeni Pratama Indrianto

Email Address : anggraeni@yarsipratama.ac.id

PENDAHULUAN

Industri kerajinan gerabah dan keramik di Indonesia, terutama di wilayah Wedi, Klaten, menghadapi tantangan berat karena persaingan yang semakin ketat. UKM dalam sektor ini harus mengoptimalkan strategi untuk mempertahankan daya saing mereka, khususnya melalui penerapan Supply Chain Management (SCM) yang bertujuan meningkatkan kualitas, efisiensi biaya, dan kecepatan produksi (Narkhede & Rajhans, 2019). Dengan adanya SCM, UKM dapat bekerja sama secara lebih terintegrasi dengan pemasok, distribusi, dan pelanggan dalam mencapai tujuan yang lebih tinggi.

Supply Chain Management (SCM) adalah pendekatan strategis yang melibatkan pengelolaan aliran material, informasi, dan keuangan antara perusahaan, pemasok,

dan konsumen. SCM juga bertujuan untuk menciptakan nilai tambah dengan menyeimbangkan kebutuhan dan ekspektasi pelanggan terhadap produk yang berkualitas tinggi dan layanan yang cepat (Dey et al., 2022). Dalam konteks UKM di Wedi, penerapan SCM yang terkoordinasi membantu mereka menghadapi persaingan dengan produk dari luar wilayah maupun impor, yang menawarkan kualitas dan harga kompetitif.

Lebih lanjut, SCM mencakup beberapa elemen kunci, termasuk Customer Relationship Management (CRM) dan Supplier Relationship Management (SRM). CRM memfokuskan pada pemeliharaan hubungan baik dengan pelanggan untuk meningkatkan loyalitas dan kepuasan jangka panjang (Gandhi et al., 2015). Di sisi lain, SRM bertujuan mengembangkan kerjasama dengan pemasok untuk memastikan kualitas dan efisiensi bahan baku yang diperlukan dalam proses produksi (Colin et al., 2015). Kedua komponen ini berperan penting dalam membangun kepercayaan dan kolaborasi yang berdampak positif terhadap kinerja perusahaan.

Aspek goal congruence, atau keselarasan tujuan, adalah elemen lain yang diperlukan untuk memastikan semua pihak dalam rantai pasokan memahami dan bekerja menuju tujuan bersama. Penelitian sebelumnya menemukan bahwa goal congruence meningkatkan sinergi antar mitra bisnis dan membantu memastikan keberhasilan SCM (Gandhi et al., 2015). Elemen lain, seperti information sharing atau berbagi informasi, juga penting karena memperkuat transparansi dan responsivitas antar anggota rantai pasokan, sehingga setiap pihak dapat dengan cepat menyesuaikan diri terhadap permintaan pasar yang berubah (Bradley-Swanson & Burrell, 2020).

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak elemen-elemen utama SCM, yaitu CRM, SRM, goal congruence, dan information sharing, terhadap kinerja perusahaan UKM. Studi ini juga mengevaluasi peran kinerja supply chain sebagai variabel mediasi, yang dapat memberikan wawasan lebih dalam mengenai hubungan antara praktik SCM dan hasil bisnis secara keseluruhan. Dengan demikian, penelitian ini berupaya memperkaya literatur tentang penerapan SCM pada sektor UKM di Indonesia.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang berguna bagi UKM di sektor kerajinan gerabah dan keramik, khususnya di Wedi, Klaten, untuk memperbaiki praktik SCM mereka. Selain itu, penelitian ini juga menawarkan pandangan praktis bagi akademisi dan pengambil kebijakan mengenai potensi SCM untuk meningkatkan efisiensi dan daya saing dalam sektor kerajinan tradisional yang memiliki tantangan unik dibandingkan industri skala besar.

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan UKM di daerah lain yang menghadapi tantangan serupa dapat mengambil manfaat dari temuan-temuan ini. Strategi SCM yang berhasil diimplementasikan di Wedi berpotensi dijadikan model yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan lokal, untuk diterapkan di berbagai daerah di Indonesia. Penelitian ini juga membuka peluang bagi riset selanjutnya untuk mengeksplorasi inovasi dan adaptasi SCM yang relevan di sektor UKM lainnya.

KAJIAN PUSTAKA

Supply Chain Management (SCM) telah didefinisikan oleh berbagai ahli sebagai strategi yang mengintegrasikan aktivitas dari pemasok hingga konsumen untuk mencapai nilai maksimal. Menurut (Kumari & Kumar, 2023), SCM melibatkan semua proses penting, seperti pengadaan, produksi, dan distribusi, dalam upaya untuk

memenuhi kebutuhan konsumen secara efektif. Dalam konteks UKM, SCM menjadi sangat penting untuk memastikan kelancaran produksi dan pengiriman produk berkualitas. Penerapan SCM yang baik memungkinkan perusahaan untuk bersaing lebih efisien dengan meminimalkan biaya dan memaksimalkan respons terhadap permintaan pasar.

Menurut Pujawan dan Mahendrawathi (Fish, 2015), Supply Chain Management (SCM) mencakup sejumlah aktivitas yang dimulai dari pengembangan produk hingga distribusi. Pengembangan produk adalah tahap awal dalam SCM yang melibatkan riset pasar untuk memahami kebutuhan konsumen dan melibatkan pemasok dalam perancangan produk baru. Hal ini bertujuan untuk memastikan bahwa produk yang dihasilkan relevan dengan permintaan pasar. Pada tahap pengadaan, perusahaan memilih pemasok, mengevaluasi kinerjanya, dan melakukan pembelian bahan baku serta komponen yang diperlukan. Selain itu, perusahaan juga memonitor risiko rantai pasokan dan membangun hubungan baik dengan pemasok. Proses perencanaan dan pengendalian dalam SCM melibatkan perencanaan permintaan dan kapasitas, yang penting untuk menjaga keseimbangan antara produksi dan permintaan pasar. Tahap operasi atau produksi mencakup eksekusi proses produksi dan pengendalian kualitas, yang menjamin bahwa produk memenuhi standar yang ditetapkan. Terakhir, tahap pengiriman atau distribusi mencakup perencanaan jaringan distribusi, penjadwalan pengiriman, serta pemantauan tingkat layanan di pusat distribusi, yang semuanya bertujuan untuk menjamin produk sampai ke konsumen tepat waktu.

Proses SCM mencakup siklus mulai dari bahan mentah, produk setengah jadi, hingga produk akhir yang kemudian dikirim ke konsumen. Menurut (Ghofar et al., 2020), proses ini melibatkan serangkaian fasilitas yang terhubung dalam rantai sepanjang arus material dan produk. Dalam tahap awal, bahan mentah diperoleh dari pemasok yang dipilih berdasarkan kualitas dan ketersediaan bahan baku yang dibutuhkan. Setelah itu, bahan-bahan ini diubah menjadi produk setengah jadi melalui berbagai tahapan manufaktur. Pada tahap berikutnya, produk setengah jadi ini diproses lebih lanjut menjadi produk akhir yang siap untuk dijual. Setiap tahap ini memerlukan koordinasi antara departemen untuk memastikan kelancaran proses produksi dan efisiensi biaya. Rantai pasokan ini, yang mencakup arus informasi, bahan, dan produk, perlu dikelola dengan baik untuk mengoptimalkan nilai bagi pelanggan akhir.

Gandhi et al. (2015) memperluas konsep SCM dengan menyoroti empat komponen utama: customer relationship management (CRM), supplier relationship management (SRM), goal congruence, dan information sharing. CRM berfokus pada pengembangan hubungan jangka panjang dengan pelanggan, meningkatkan kepuasan, dan loyalitas. SRM, sebaliknya, bertujuan untuk membangun hubungan yang saling menguntungkan dengan pemasok, yang penting dalam mengontrol kualitas bahan baku dan stabilitas pasokan. Selain itu, goal congruence membantu menyelaraskan tujuan perusahaan dan mitra, sedangkan information sharing memungkinkan setiap pihak dalam rantai pasokan berbagi data penting untuk mencapai efisiensi.

Dalam konteks SCM, variabel CRM, SRM, goal congruence, dan information sharing memiliki peran berbeda namun saling melengkapi. CRM bertujuan untuk mempertahankan dan meningkatkan hubungan dengan pelanggan yang sangat penting dalam meningkatkan kinerja perusahaan. Dalam UKM kerajinan, CRM memungkinkan perusahaan untuk lebih memahami preferensi konsumen sehingga dapat menawarkan produk yang sesuai dengan kebutuhan pasar. Selain itu,

hubungan yang baik dengan pelanggan memungkinkan perusahaan untuk merespons kebutuhan pelanggan secara cepat dan tepat.

Supplier Relationship Management (SRM) adalah elemen penting lainnya yang berdampak langsung pada kualitas dan efisiensi operasi. SRM memungkinkan UKM untuk bekerja lebih erat dengan pemasok dalam menjaga ketersediaan bahan baku berkualitas, yang penting dalam proses produksi. Penerapan SRM yang baik dapat meminimalkan risiko keterlambatan pasokan atau ketidaksesuaian kualitas bahan, sehingga meningkatkan stabilitas produksi. Dalam konteks SCM pada UKM, SRM memainkan peran penting untuk memastikan produk akhir memiliki kualitas yang konsisten.

Goal congruence atau keselarasan tujuan dalam SCM juga berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan. Melalui keselarasan tujuan, setiap pihak dalam rantai pasokan memiliki pemahaman yang sama mengenai arah dan tujuan bisnis. Dengan adanya goal congruence, koordinasi antar-mitra bisnis dapat ditingkatkan, mengurangi risiko konflik, dan meningkatkan sinergi antar elemen rantai pasokan. Hal ini sangat krusial bagi UKM, terutama di sektor kerajinan yang melibatkan berbagai pihak dalam rantai produksi dan distribusi.

Information sharing, atau berbagi informasi, adalah variabel terakhir yang mendukung tercapainya SCM yang efektif dan efisien. Berbagi informasi memungkinkan setiap mitra bisnis untuk memiliki data real-time yang dibutuhkan dalam pengambilan keputusan. Di UKM kerajinan, berbagi informasi sangat penting agar semua pihak dapat menyesuaikan diri dengan perubahan pasar dan permintaan. Praktik ini juga mendukung transparansi di antara mitra bisnis, yang pada akhirnya berkontribusi pada kepercayaan dan kerjasama jangka panjang.

Kinerja merupakan konsep yang menggambarkan hasil dari aktivitas yang dilakukan oleh individu atau organisasi. Menurut (Wilujeng et al., 2022), kinerja dapat mencakup hasil kerja maupun bagaimana proses kerja berlangsung, yang menunjukkan tingkat efisiensi dan efektivitas. Dalam konteks organisasi, kinerja diukur untuk menilai apakah aktivitas yang dilakukan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan dan untuk menentukan apakah ada penyimpangan dari rencana awal. Evaluasi kinerja sering dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh tujuan yang telah dicapai dan untuk memantau apakah waktu yang ditargetkan tercapai. Pengukuran ini penting untuk memastikan bahwa kinerja organisasi berjalan sesuai standar yang diharapkan. Kinerja perusahaan menggambarkan kemampuan perusahaan dalam mencapai tujuan dan menghasilkan laba bagi pemiliknya. Menurut (Zhu & Sarkis, 2020), kinerja perusahaan dapat dipandang sebagai hasil dari aktivitas yang dilakukan oleh seluruh karyawan dalam upaya mencapai tujuan organisasi. Pada dasarnya, kinerja perusahaan menunjukkan tingkat keberhasilan organisasi dalam menyediakan barang dan jasa yang sesuai dengan kebutuhan pasar. Indikator kinerja perusahaan dapat berupa keuntungan, pendapatan, laba atas investasi, dan pertumbuhan laba bersih. Pengukuran kinerja ini juga dapat membantu perusahaan untuk memahami bagaimana performa mereka dibandingkan dengan kompetitor dan untuk mengetahui area yang perlu ditingkatkan.

Supply chain performance atau kinerja rantai pasokan merupakan aspek penting dalam SCM yang menunjukkan seberapa efektif dan efisien rantai pasokan dalam mendukung operasi perusahaan. Menurut (Wilujeng et al., 2022), kinerja rantai pasokan yang baik dapat meningkatkan efisiensi, menurunkan biaya, dan mempercepat waktu respons terhadap perubahan permintaan pasar. Dengan

mengukur kinerja rantai pasokan, perusahaan dapat memahami bagaimana posisi mereka dibandingkan dengan pesaing, dan mengetahui bagian mana dari rantai pasokan yang membutuhkan perbaikan. Aspek yang diukur dalam kinerja rantai pasokan meliputi kecepatan pengiriman, ketepatan waktu, konsistensi, manajemen persediaan, dan kemampuan untuk merespons permintaan pelanggan.

Studi ini menawarkan kebaruan dengan menjangkau UKM kerajinan gerabah dan keramik, sektor yang belum banyak dianalisis dalam penelitian sebelumnya mengenai SCM. Gandhi et al. (2015) berfokus pada perusahaan ritel besar di India, Chin & Tat (2015) pada industri elektronik dan Mehregan et al. (2023) pada perusahaan di Iran. Sementara itu, penelitian ini memfokuskan pada UKM dengan keterbatasan sumber daya namun membutuhkan strategi SCM yang efektif untuk meningkatkan daya saing. Dengan demikian, penelitian ini memberikan pandangan baru tentang penerapan SCM dalam konteks yang lebih spesifik dan tradisional.

Tujuan utama penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi dampak elemen-elemen SCM, seperti CRM, SRM, goal congruence, dan information sharing terhadap kinerja UKM. Studi ini tidak hanya menambah pemahaman mengenai SCM dalam konteks yang lebih tradisional, tetapi juga membantu mengidentifikasi bagaimana UKM dengan sumber daya terbatas dapat memanfaatkan SCM untuk bersaing di pasar yang lebih luas. Selain itu, penelitian ini menunjukkan perbedaan konteks yang signifikan dibandingkan dengan penelitian sebelumnya yang cenderung berfokus pada industri besar.

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif yang bertujuan untuk menggambarkan praktik Supply Chain Management (SCM) yang diterapkan oleh UKM kerajinan gerabah dan keramik di Kecamatan Wedi, Klaten. Metode deskriptif dipilih untuk memberikan pemahaman menyeluruh mengenai penerapan SCM dalam meningkatkan kinerja perusahaan. Jenis data yang digunakan adalah data kuantitatif dan kualitatif, yang diperoleh dari sumber data primer melalui survei dan wawancara dengan pemilik atau pengelola UKM. Sumber data primer ini diharapkan memberikan pandangan langsung mengenai penerapan SCM, yang mencakup aspek customer relationship management (CRM), supplier relationship management (SRM), goal congruence, dan information sharing.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner dan wawancara. Kuesioner diberikan kepada responden yang terdiri dari pemilik atau pengelola UKM yang terlibat langsung dalam penerapan SCM. Menurut (Fish & Yeung, 2015), kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan serangkaian pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab. Selain itu, wawancara singkat juga dilakukan untuk mendapatkan informasi tambahan atau klarifikasi atas jawaban dari kuesioner, yang memungkinkan peneliti memahami tantangan dan manfaat SCM bagi UKM tersebut.

Populasi penelitian ini mencakup seluruh UKM kerajinan gerabah dan keramik yang berada di Kecamatan Wedi, Klaten, berjumlah 65 UKM. Populasi diartikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Hilletoft et al., 2018). Dari populasi tersebut, sebanyak 50 UKM dipilih sebagai sampel dengan menggunakan teknik purposive sampling, yang

memungkinkan peneliti memilih subjek penelitian yang memiliki pengalaman relevan dalam penerapan SCM. Teknik ini sering digunakan dalam penelitian kualitatif ketika generalisasi tidak terlalu menjadi perhatian, sehingga memungkinkan peneliti untuk fokus pada partisipan dengan wawasan yang relevan (Campbell et al., 2020). Teknik ini membantu memastikan bahwa data yang diperoleh relevan dengan fokus pada perolehan data yang komprehensif dan fokus (Valerio et al., 2016).

Operasionalisasi variabel dalam penelitian ini mencakup empat variabel utama dalam SCM, yaitu CRM, SRM, goal congruence, dan information sharing. CRM meliputi kegiatan pengelolaan hubungan dengan pelanggan untuk meningkatkan loyalitas dan kepuasan. SRM mencakup pengelolaan hubungan dengan pemasok untuk memastikan kualitas dan ketersediaan bahan baku. Goal congruence bertujuan untuk menyelaraskan tujuan perusahaan dengan mitra rantai pasokan, sementara information sharing mengacu pada pertukaran informasi yang relevan di antara pihak-pihak dalam rantai pasokan. Setiap variabel ini diukur menggunakan indikator yang dikembangkan berdasarkan studi sebelumnya dan diadaptasi sesuai dengan konteks UKM kerajinan.

Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif, yang bertujuan untuk memberikan gambaran umum mengenai penerapan SCM dalam UKM. Teknik analisis ini sangat berguna dalam penelitian yang bertujuan untuk mengidentifikasi tren dasar, variabilitas, dan pola dalam kumpulan data, sehingga ideal untuk penelitian eksplorasi (Kaur et al., 2018). Data yang terkumpul dari kuesioner dianalisis menggunakan distribusi frekuensi dan persentase untuk menggambarkan pola penerapan setiap variabel SCM. Analisis deskriptif dipilih untuk mengidentifikasi tingkat penerapan CRM, SRM, goal congruence, dan information sharing dalam operasional UKM. Pendekatan ini memungkinkan peneliti memahami bagaimana variabel-variabel SCM berkontribusi terhadap kinerja perusahaan.

Pengukuran variabel dilakukan dengan skala Likert untuk mengukur tingkat penerapan setiap elemen SCM oleh UKM. Responden diminta untuk memberikan penilaian pada setiap indikator dengan skala yang berkisar dari "sangat tidak setuju" hingga "sangat setuju." Skala Likert dipilih karena memungkinkan responden memberikan penilaian yang lebih spesifik mengenai penerapan SCM. Dengan demikian, hasil dari skala ini memberikan informasi yang dapat diolah secara deskriptif untuk mendapatkan pandangan umum mengenai sejauh mana praktik SCM diterapkan dalam konteks UKM kerajinan di Kecamatan Wedi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan dengan melibatkan 50 UKM kerajinan gerabah dan keramik di Kecamatan Wedi, Klaten, untuk mendeskripsikan penerapan aspek-aspek Supply Chain Management (SCM) dalam operasional sehari-hari. Adapun aspek utama yang diteliti meliputi customer relationship management (CRM), supplier relationship management (SRM), goal congruence, dan information sharing. Data yang dikumpulkan melalui kuesioner kemudian dianalisis secara deskriptif untuk menggambarkan distribusi frekuensi dan persentase penerapan setiap aspek SCM di antara UKM-UKM ini.

Tabel 1. Distribusi Frekuensi dan Persentase Penerapan Variabel SCM pada UKM Kerajinan Gerabah dan Keramik

Variabel	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
Customer Relationship Management (CRM)	Sangat Baik	10	20%
	Baik	25	50%
	Cukup	10	20%
	Kurang	5	10%
Supplier Relationship Management (SRM)	Sangat Baik	12	24%
	Baik	22	44%
	Cukup	11	22%
	Kurang	5	10%
Goal Congruence	Sangat Baik	8	16%
	Baik	27	54%
	Cukup	10	20%
	Kurang	5	10%
Information Sharing	Sangat Baik	15	30%
	Baik	20	40%
	Cukup	10	20%
	Kurang	5	10%

Sumber: Data primer hasil penelitian yang diolah, 2024.

Dari Tabel 1, terlihat bahwa variabel Customer Relationship Management (CRM) menunjukkan penerapan yang cukup baik di antara UKM responden. Sebanyak 50% dari total responden melaporkan penerapan CRM dalam kategori "Baik," sementara 20% lainnya menilai CRM mereka dalam kategori "Sangat Baik." Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas UKM memahami pentingnya menjaga hubungan dengan pelanggan, baik dalam menangani keluhan maupun meningkatkan kepuasan. Namun, terdapat 10% responden yang menilai penerapan CRM mereka dalam kategori "Kurang," yang menunjukkan adanya peluang peningkatan dalam aspek ini bagi sebagian kecil UKM.

Untuk variabel Supplier Relationship Management (SRM), mayoritas UKM menempatkan hubungan mereka dengan pemasok dalam kategori "Baik" (44%) dan "Sangat Baik" (24%). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar UKM berupaya menjaga kualitas bahan baku serta stabilitas harga melalui hubungan yang baik dengan pemasok. Namun, 10% dari responden mengkategorikan SRM mereka sebagai "Kurang," yang menandakan adanya tantangan dalam pengelolaan hubungan dengan pemasok, terutama dalam hal kesesuaian waktu pengiriman dan kualitas bahan.

Pada variabel Goal Congruence, sekitar 54% UKM menilai bahwa keselarasan tujuan mereka dengan mitra rantai pasokan berada dalam kategori "Baik," sementara 16% lainnya menilai keselarasan tersebut sebagai "Sangat Baik." Hasil ini menunjukkan bahwa kebanyakan UKM memiliki pemahaman yang cukup baik tentang pentingnya mencapai tujuan bersama dengan mitra. Meskipun demikian, masih terdapat 10% responden yang menilai goal congruence dalam kategori "Kurang," yang mungkin mencerminkan kesenjangan dalam komunikasi atau perbedaan tujuan strategis di antara mitra rantai pasokan.

Variabel terakhir, yaitu Information Sharing, menunjukkan penerapan yang relatif lebih tinggi dengan 30% UKM menilai praktik berbagi informasi dalam kategori

"Sangat Baik" dan 40% menempatkannya dalam kategori "Baik." Ini mengindikasikan bahwa mayoritas UKM cukup terbuka dalam berbagi informasi mengenai perencanaan dan kebutuhan operasional dengan mitra rantai pasokan, yang merupakan langkah penting dalam menjaga transparansi dan respons terhadap perubahan pasar. Namun, sekitar 10% responden menempatkan information sharing mereka dalam kategori "Kurang," yang menunjukkan adanya potensi peningkatan di area ini untuk memperkuat kolaborasi di antara mitra rantai pasokan.

Secara keseluruhan, hasil ini menunjukkan bahwa sebagian besar UKM di Klaten telah menerapkan prinsip-prinsip SCM pada tingkat yang baik, terutama dalam hal CRM dan information sharing. Hal ini mencerminkan kesiapan UKM untuk bersaing melalui penerapan SCM yang lebih terstruktur dan efisien. Meski begitu, area SRM dan goal congruence masih membutuhkan perhatian lebih lanjut bagi beberapa UKM yang memiliki kendala dalam pengelolaan hubungan pemasok dan keselarasan tujuan strategis. Temuan ini memberikan gambaran umum tentang bagaimana praktik SCM diterapkan di UKM kerajinan gerabah dan keramik di Kecamatan Wedi, Klaten. Dengan peningkatan dalam beberapa area, seperti SRM dan goal congruence, UKM berpotensi meningkatkan kinerja mereka melalui penerapan SCM yang lebih terintegrasi dan responsif terhadap kebutuhan pasar.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terhadap UKM kerajinan gerabah dan keramik di Kecamatan Wedi, Klaten, dapat disimpulkan bahwa penerapan aspek-aspek utama Supply Chain Management (SCM), yaitu customer relationship management (CRM), supplier relationship management (SRM), goal congruence, dan information sharing, secara keseluruhan berada pada tingkat yang cukup baik. Sebagian besar UKM menunjukkan penerapan CRM dan information sharing yang tinggi, menunjukkan bahwa UKM telah memahami pentingnya menjaga hubungan yang baik dengan pelanggan serta terbuka dalam berbagi informasi dengan mitra rantai pasokan. Namun, penerapan SRM dan goal congruence masih menunjukkan variasi, dengan beberapa UKM yang mengalami tantangan dalam menjaga hubungan dengan pemasok dan menyelaraskan tujuan strategis dengan mitra. Oleh karena itu, disarankan agar UKM di sektor ini terus meningkatkan komunikasi dan kerjasama dengan pemasok untuk memperkuat SRM, serta memperjelas tujuan bersama dengan mitra untuk mencapai goal congruence yang lebih baik. Dengan memperkuat praktik-praktik SCM ini, UKM di Klaten diharapkan dapat meningkatkan efisiensi operasional, merespons perubahan pasar dengan lebih cepat, dan memperkuat daya saing mereka di pasar yang semakin kompetitif.

Referensi :

- Bradley-Swanson, O., & Burrell, D. (2020). Technological Innovation and Smart Resiliency Strategies in Supply Chain Management. *Int. J. Smart Educ. Urban Soc.*, 11, 11-22. <https://doi.org/10.4018/ijseus.2020070102> .
- Campbell, S., Greenwood, M., Prior, S., Shearer, T., Walkem, K., Young, S., Bywaters, D., & Walker, K. (2020). Purposive sampling: complex or simple? Research case examples. *Journal of Research in Nursing*, 25, 652 - 661. <https://doi.org/10.1177/1744987120927206>
- Chin, T., & Tat, H. (2015). Does gender diversity moderate the relationship between supply chain management practice and performance in the electronic manufacturing services

- industry?. *International Journal of Logistics Research and Applications*, 18, 35 - 45. <https://doi.org/10.1080/13675567.2014.945399> .
- Colin, M., Galindo, R., & Hernández, O. (2015). Information and Communication Technology as a Key Strategy for Efficient Supply Chain Management in Manufacturing SMEs. , 833-842. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2015.07.152> .
- Dey, B., Yilmaz, I., & Seok, H. (2022). A Sustainable Supply Chain Integrated with Autonomated Inspection, Flexible Eco-Production, and Smart Transportation. Processes. <https://doi.org/10.3390/pr10091775> .
- Fish, L. (2015). Managerial Best Practices to Promote Sustainable Supply Chain Management & New Product Development. . <https://doi.org/10.5772/59581> .
- Gandhi, Aradhana Vikas., Ateeque Shaikh., and Pratima Amol Sheorey, (2015), Impact of supply chain management pratices on firm perfomances: Empirical evidence from developing country, *International Journal of Retail & Distribution Management*, Vol. 45, No. 4, pp. 366-384 .
- Fitriyani, R., Liestyana, Y., & Satmoko, A. (2022). An analysis of supply chain management practices in MSMEs. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 22(1), 83-94. <https://doi.org/10.28932/jmm.v22i1.5502>
- Ghofar, A., Kundarto, M., Arundati, R., Ekawati, T., & Amallia, B. (2020). Supply Chain Strategy And Supply Chain Collaborative Innovation On SMEs Business Performance. , 1, 242-247. <https://doi.org/10.31098/EBS.V1I1.74> .
- Kaur, P., Stoltzfus, J., & Yellapu, V. (2018). Descriptive statistics. *International Journal of Academic Medicine*, 4, 60 - 63. https://doi.org/10.4103/IJAM.IJAM_7_18 .
- Kumari, S., & Kumar, R. (2023). Supply Chain Optimization Strategies for Enhanced Efficiency and Performance.
- Mehregan, E., Sanaei, S., Manna, M., Bozorgkhrou, H., & Heidari, S. (2023). The Role of SCM practices in Competitive Advantage and Firm Performance: A Mediating Role of Supply Chain Innovation and TQM. *Tehnički glasnik*. <https://doi.org/10.31803/tg-20221223200658> .
- Narkhede, G., & Rajhans, N. (2019). Insights on Supply chain needs and issues in Indian SMEs.. *Industrial Engineering Journal*. <https://doi.org/10.26488/iej.12.2.1174> .
- Valerio, M., Rodríguez, N., Winkler, P., Lopez, J., Dennison, M., Liang, Y., & Turner, B. (2016). Comparing two sampling methods to engage hard-to-reach communities in research priority setting. *BMC Medical Research Methodology*, 16. <https://doi.org/10.1186/s12874-016-0242-z> .
- Wilujeng, S., Sarwoko, E., & Nikmah, F. (2022). Triple-A strategy: For supply chain performance of Indonesian SMEs. *Uncertain Supply Chain Management*. <https://doi.org/10.5267/j.uscm.2021.10.007> .
- Zhu, Q., & Sarkis, J. (2020). Product Deletion and Sustainable Supply Chains. , 1-15. <https://doi.org/10.4018/978-1-7998-2173-1.ch001>.