

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS**

#### **2.1 Tinjauan Pustaka**

##### **2.1.1 Teknologi Informasi**

Teknologi informasi adalah sarana dan prasarana (*hardware, software, useware*) sistem dan metode untuk memperoleh, mengirimkan, mengolah, menafsirkan, menyimpan, mengorganisasikan dan menggunakan data secara bermakna Novi dan Dwi (2020). Teknologi informasi diartikan sebagai ilmu pengetahuan dalam bidang informasi yang berbasis komputer dan perkembangannya sangat pesat. Menurut Asmawi et al (2019) Teknologi informasi adalah suatu teknologi yang digunakan untuk mengolah data. Pengolahan itu termasuk memproses, mendapatkan, menyusun, menyimpan, memanipulasi data dalam berbagai cara untuk menghasilkan informasi yang berkualitas, yaitu informasi yang relevan, akurat, dan tepat waktu.

Teknologi informasi merupakan salah satu aspek yang sangat penting dalam pengelolaan rantai pasokan. Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi yang termasuk internet menjadi perangkat penting dalam menangani kompleksnya hubungan antara *supplier*. Kompleksitas pengelolaan *supply chain* memaksa perusahaan menggunakan sistem komunikasi secara online. Mengingat peran penting dari informasi dalam mendukung kinerja rantai pasok maka manajer harus memahami bagaimana informasi dikumpulkan dan dianalisis Musran (2018). Sedangkan menurut Ade Gunawan (2018) mengartikan teknologi informasi (TI) sebagai alat-alat, baik berupa perangkat keras maupun perangkat lunak yang

digunakan untuk mengetahui keberadaan informasi dan menganalisis informasi tersebut untuk mengambil keputusan yang terbaik bagi rantai pasok. Menurut Fendy (2017) mengistilahkan TI sebagai mata dan telinga, bahkan sebagian dari otak dari manajemen dalam sebuah rantai pasok yang menangkap dan menganalisis informasi yang dibutuhkan untuk pengambilan keputusan.

Dari beberapa teori diatas bahwa teknologi informasi adalah sebagai alat bantu baik berupa *hardware*, *software* dan *useware*, teknologi informasi salah satu faktor terjalannya manajemen rantai pasok, karena dengan teknologi informasi menjadi salah satu alat bantu dalam perencanaan ataupun aktivitas dalam manajemen rantai pasok. Menurut Ade Gunawan (2018) mengatakan bahwa tujuan penerapan TI dalam manajemen rantai pasok adalah:

1. Mengumpulkan informasi mengenai sebuah produk mulai dari produksi sampai pengiriman dan pembelian.
2. Menyediakan akses bagi seluruh data dan informasi yang ada di dalam sistem melalui satu titik kontak (*single-point-of contact*).

Novi dan Dwi (2020) informasi harus memiliki beberapa karakteristik agar dapat berguna dalam mengambil keputusan rantai pasokan:

1. Akurat, Untuk mengambil keputusan yang baik, Informasi harus menggambarkan kondisi yang sebenarnya dan dapat dipercaya.
2. Tepat, Mempertimbangkan informasi apa saja yang sesuai dan dibutuhkan oleh perusahaan.

3. Dapat diakses pada saat dibutuhkan. Untuk dapat digunakan pada saat dibutuhkan informasi harus dapat diakses dengan baik dan benar, sehingga dapat membantu dalam mengambil keputusan.

Keberhasilan *supply chain* sangat tergantung kepada sistem informasinya dengan adanya informasi partner bisnis dalam rantai pasok dapat diperhitungkan Pujawan dan Mahendrawathi (2010). Kurangnya koordinasi dari pihak-pihak yang terlibat dalam *supply chain* akan menimbulkan distorsi informasi yang disebut dengan fenomena *bullwhip effect* (Anugrah dan Syamsul 2017). Sedangkan Susilo dalam Fitrianto (2016) sebagai peningkatan variabilitas permintaan yang terjadi pada setiap level *supply chain* sebagai akibat adanya distorsi informasi.

Samual (2019) mengatakan bahwa informasi yang tidak akurat atau informasi yang terdistorsi pada setiap level *supply chain* dari bawah ke atas dapat menimbulkan beberapa masalah penting, diantaranya:

1. Persediaan yang berlebihan.
2. Hilangnya pendapatan.
3. Pengiriman yang tidak efektif.
4. Kesalahan dalam penjadwalan produksi.
5. Penggunaan sumber daya yang tidak efisien.

Musran (2015) mengungkapkan bahwa pengelolaan *supply chain* tidak dapat dipisahkan dari perkembangan teknologi informasi (TI). Bahkan kalau dilihat dari sejarahnya, justru kemajuan TI inilah yang melahirkan prinsip-prinsip dasar manajemen rantai pasokan (*supply chain management*). Hal ini terjadi karena pengintegrasian berbagai proses dan entitas bisnis di dalam manajemen rantai

pasokan adalah dilakukannya penggunaan bersama-sama terhadap informasi yang dimiliki dan dihasilkan oleh berbagai pihak dalam suatu sistem rantai pasokan.

#### **2.1.1.1 Indikator Teknologi Informasi**

Indikator dari Teknologi informasi menurut Rahmat (2017) adalah sebagai berikut:

1. Kecepatan (*Speed*) Komputer dapat mengerjakan sesuatu perhitungan yang kompleks dalam hitungan detik, sangat cepat, jauh lebih cepat dari yang dapat dikerjakan oleh manusia.
2. Konsistensi (*Consistent*) Hasil pengolahan lebih konsisten tidak berubah-ubah karena formatnya (bentuknya) sudah standar, walaupun dilakukan berulang kali, sedangkan manusia sulit menghasilkan yang persis sama.
3. Ketepatan (*Precision*) Komputer tidak hanya cepat, tetapi juga lebih akurat dan tepat (presisi). Komputer dapat mendeteksi suatu perbedaan yang sangat kecil, yang tidak dapat dilihat dengan kemampuan manusia, dan juga dapat melakukan perhitungan yang sulit.
4. Keandalan (*Reliability*) Apa yang dihasilkan lebih dapat dipercaya dibandingkan dengan dilakukan oleh manusia. Kesalahan yang terjadi lebih kecil kemungkinannya jika menggunakan komputer.

Indikator dari teknologi informasi menurut Sheryl (2019) sebagai berikut:

1. Kemanfaatan meliputi:
  - a. Pekerjaan jadi lebih mudah
  - b. Bermanfaat
  - c. Produktivitas

2. Efektivitas meliputi:
  - a. Mempertinggi efektivitas
  - b. Mengembangkan kinerja pekerjaan
  - c. Meningkatkan kinerja pekerjaan

### **2.1.2 Saluran Distribusi**

Saluran distribusi adalah suatu aspek dari pemasaran. Saluran distribusi ini juga dapat diartikan sebagai kegiatan yang memperlancar dan mempermudah penyampaian suatu barang dan jasa dari produsen sampai ke tangan konsumen. Seseorang atau sebuah perusahaan distributor adalah perantara yang menyalurkan produk dari pabrikan (*manufacturer*) ke pengecer (*retailer*). Setelah suatu produk dihasilkan oleh pabrik, produk tersebut dikirimkan dan biasanya juga sekaligus dijual ke suatu distributor. Distributor tersebut kemudian menjual produk ke pengecer atau pelanggan. Saluran distribusi yang berjalan dengan lancar dan optimal akan membuat sebuah perusahaan itu berkembang dengan baik dan cepat karena perusahaan tersebut dapat menyesuaikan waktu, proses distribusi, dan lingkungan yang ada (Wahani & Wullur, 2017).

Menurut Jenji et al (2021) *American Marketing Association* atau asosiasi pemasaran Amerika mendefinisikan saluran distribusi sebagai struktur organisasi antar perusahaan dan agen-agen, grosir, dan eceran, melalui nama komoditi produk atau jasa-jasa dipasarkan. Saluran distribusi merupakan suatu kelompok perantara yang berhubungan erat satu sama lain dan menyalurkan produk-produk kepada pembeli. Dari pengertian diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa saluran distribusi merupakan suatu kegiatan perpindahan barang dari produsen ke konsumen secara

efektif dan efisien, dimana proses penyaluran barang tersebut bisa melewati berbagai kerjasama antara produsen, agen, pedagang besar, dan pedagang kecil bahkan produsen bisa juga memotong jalur rantai pasok untuk menjual langsung kepada konsumen.

#### **2.1.2.1 Fungsi Saluran Distribusi**

Supaya arus pergerakan barang dari produsen sampai ke tangan konsumen sesuai dengan tujuannya maka suatu perusahaan dalam memasarkan produknya harus berpedoman pada prinsip-prinsip yang berkaitan dengan pelaksanaan fungsi-fungsi saluran distribusi. Saluran distribusi mengatasi kesenjangan waktu, tempat dan kepemilikan yang memisahkan barang dan jasa dari calon pemakainnya.

Anggota saluran distribusi Menurut Jenji (2019) melaksanakan sejumlah fungsi utama dan berpartisipasi dalam arus pemasaran sebagai berikut:

- a. Informasi
- b. Promosi
- c. Negosiasi
- d. Pemasaran
- e. Pembiayaan
- f. Pengambilan resiko
- g. Pemilihan fisik
- h. Pembayaran
- i. Hak milik

Selama produsen melaksanakan fungsi tersebut, maka biaya produsen akan meningkat dan harga pasti lebih tinggi. Bila beberapa fungsi dialihkan ke perantara,

maka biaya dan harga produsen lebih rendah. Namun perantara harus menambah ongkos untuk menutup pekerjaan mereka, jika perantara lebih efisien daripada produsen harga untuk konsumen harusnya lebih rendah. Konsumen dapat memutuskan untuk melakukan sebagai fungsi itu sendiri, dalam hal ini pelanggan seharusnya menikmati harga yang lebih rendah, oleh karena itu fungsi pemasaran bersifat lebih mendasar daripada institusi yang melaksanakannya untuk waktu tertentu. Perubahan dalam institusi saluran distribusi banyak mencerminkan penemuan cara yang lebih efisien untuk menggabungkan atau memisahkan fungsi ekonomi yang harus dijalankan agar menyediakan berbagai barang yang berarti bagi konsumen sasaran.

#### **2.1.2.2 Indikator Saluran Distribusi**

Indikator saluran distribusi menurut Alpianto et al (2022) sebagai berikut:

- a. Tempat, yaitu ketersediaan produk atau jasa di suatu lokasi yang nyaman bagi pelanggan potensial.
- b. Waktu, yaitu ketersediaan produk atau jasa yang diinginkan oleh seorang pelanggan.
- c. Bentuk, yaitu produk diproses, disiapkan dan siap dimanfaatkan serata dalam kondisi yang tepat.
- d. Informasi, yaitu jawaban pertanyaan dan komunikasi umum mengenai sifat-sifat produk yang berguna serta manfaat yang tersedia.

Indikator saluran distribusi diatas dirancang agar perusahaan mampu menciptakan strategi pemasaran yang sesuai dengan tujuan perusahaan sehingga tujuan tersebut dapat tercapai.

### 2.1.2.3 Bentuk-Bentuk Saluran Distribusi

Bentuk-bentuk saluran distribusi yang digunakan untuk menyalurkan barang konsumsi menurut Gino et al (2018) yaitu:

- a. Saluran nol tingkat (saluran pemasaran langsung), saluran pemasaran ini terdiri dari seorang produsen yang langsung menjual ke konsumen akhir.
- b. Saluran satu tingkat, saluran ini berisi satu perantara penjualan, seperti pedagang eceran dalam barang-barang konsumsi dan agen dalam barang industri.
- c. Saluran dua tingkat, saluran ini berisi dua perantara, dalam pasar barang-barang konsumsi biasanya adalah pedagang besar dan pedagang eceran, sedangkan dalam pasar barang industri merupakan perwakilan produsen serta distributor industri.
- d. Saluran tiga tingkat, saluran ini berisi tiga perantara, dalam pasar barang-barang konsumsi mereka adalah pedagang besar, pemborong dan pedagang eceran.

Saluran pemasaran dengan tingkat yang lebih tinggi juga dapat ditemukan tetapi saluran ini jarang terjadi begitu pula dengan saluran distribusi yang biasa digunakan dalam pemasaran barang industri. Produsen barang industri dapat menggunakan tenaga penjualnya untuk menjual langsung ke konsumen industri atau dapat juga menjual lewat perwakilan perusahaan manufaktur atau cabangnya sendiri langsung ke pelanggan industri atau menggunakannya untuk menjual lewat distributor industri. Maka saluran pemasaran nol tingkat, satu tingkat dan dua tingkat tidak cukup aman dalam saluran pemasaran industri.



### 2.1.3 Rantai Pasok

Rantai pasokan atau *supply chain* merupakan suatu konsep dimana sistem pengaturan yang berkaitan dengan aliran produk, aliran informasi, maupun aliran keuangan. Pengaturan ini sangat penting untuk dilakukan terkait banyaknya mata rantai yang sering terlibat dalam proses rantai pasokan bahan baku. Rantai pasokan biasanya ada 3 macam aliran yang harus dikelola. Pertama adalah aliran barang yang mengalir dari hulu ke hilir (*Svide et al 2016*) . Kedua adalah aliran uang dan sejenisnya yang mengalir dari hilir ke hulu. Ketiga adalah aliran informasi yang bisa terjadi dari hulu ke hilir ataupun sebaliknya. Suatu proses bisnis dan informasi menyediakan produk atau layanan dari pemasok melalui proses pembuatan dan pendistribusian kepada konsumen.

Menurut Furqon (2014) rantai pasokan secara umum berkaitan, dengan aliran dan transformasi barang atau jasa yang dimulai dari tahap penyediaan bahan baku hingga produk akhir bisa sampai ke tangan konsumen, yang melibatkan proses produksi, pengiriman, penyimpanan, distribusi, dan penjualan produk untuk memenuhi permintaan. Oleh karena itu, jika sebuah perusahaan akan meningkatkan daya saing melalui penyesuaian produk, mutu tinggi, pengurangan biaya, dan kecepatan dalam distribusi maka perusahaan itu harus selalu memperhatikan rantai pasokannya. Menurut Radhi & Hariningsih (2019) rantai pasokan merupakan jaringan fisiknya, yaitu semua perusahaan yang berperan dalam memasok bahan baku, memproduksi barang, hingga mengirimkannya ke konsumen/ pengguna akhir.

Berdasarkan pendapat diatas, dapat disimpulkan bahwa Rantai Pasok (*Supply Chain*) adalah suatu sistem jaringan kerja yang didalamnya terdapat berbagai kegiatan mulai dari memasok bahan baku sampai mengirimnya ke pelanggan atau konsumen akhir.

#### **2.1.3.1 Komponen Rantai Pasok**

Menurut Ebenheiser & Marilyn (2019) Terdapat lima komponen utama dalam Rantai Pasok yang harus diperhatikan yaitu:

1. *Production*

Bertujuan untuk menghasilkan keinginan pasar, pada waktu yang tepat dengan volume produksi yang cukup.

2. *Inventory*

Tingkat persediaan bertindak sebagai penyangga dan juga mengamankan bisnis dari ketidakpastian permintaan.

3. *Location*

Pengambilan keputusan dalam memilih lokasi yang optimal dalam berbagai fasilitas, gudang dan penyimpanan.

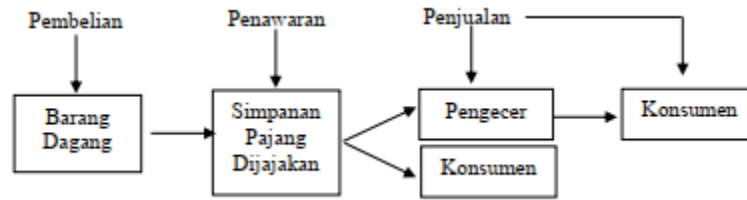
4. *Trasnportasi*

Kebutuhan untuk memindahkan persediaan dari satu tempat ke tempat yang lain di seluruh *supply chain*.

5. *Infromasi*

Menekankan pada pengambilan keputusan tentang kebutuhan level dalam pengumpulan data serta pembagian data.

### 2.1.3.2 Proses Rantai Pasok dalam usaha Retail



**Gambar 2.1**  
**Proses Rantai Pasok**

### 2.1.3.3 Gambar Proses Rantai Pasok Dalam Usaha Retail

Dalam jenis usaha dagang atau retail, kegiatan proses distribusi barang dagang hingga penjualan sebagaimana yang sudah digambarkan diatas terdiri atas kegiatan sebagai berikut (Arlina, 2017):

- a. Pelaksanaan pembelian barang dagangan.
- b. Barang dagangan disimpan, dipajang, dijajakan atau ditawarkan langsung.
- c. Penjualan barang dagangan langsung pada konsumen ataupun melalui perantara.

### 2.1.3.4 Mengukur performa Rantai Pasok

(Schroeder & Goldstein, 2018) berkata bahwa mengukur performa *supply chain* ialah langkah pertama menuju perbaikan. Sebuah tahapan awal yang perlu ditetapkan serta ditentukan untuk dapat mencapai tujuan perbaikan tersebut. (Schroeder & Goldstein, 2018) mengemukakan bahwa pada umumnya terdapat lima poin penting yang bisa diukur dalam performa *supply chain management*, yaitu:

1. Pengiriman

Menunjuk pada ketepatan waktu pengiriman persentase pesanan dikirim secara lengkap serta tidak melewati tanggal yang diminta oleh pelanggan.

2. Kualitas

Ukuran langsung dari kualitas yaitu kepuasan pelanggan yang bisa diukur melalui beberapa cara. Cara pertama yaitu diukur terhadap apa yang pelanggan harapkan, yang kedua diukur berdasarkan rasa kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan terkait produk dan layanan, dan yang ketiga yaitu loyalitas pelanggan yang dapat diukur dengan persentase konsumen yang tetap melakukan pembelian terus menerus setelah pembelian pertama.

3. Waktu

Waktu pengisian total bisa dihitung langsung dari tingkat persediaan. Apakah berdasarkan minimum persediaan untuk semua persediaan atau berdasarkan kontrak tertentu dengan *supplier*. Pengisian kembali persediaan ini dapat dilihat dari tiap item barang apa saja yang paling banyak dibeli oleh konsumen/pelanggan atau jenis barang yang sering habis.

4. Fleksibilitas

Fleksibilitas ialah waktu yang dibutuhkan untuk mengubah volume atau bauran produk dengan jumlah atau persentase tertentu. Yang cepat dalam menangani permintaan perubahan volume barang atau perubahan waktu pemesanan barang tersebut dengan pelayanan yang memuaskan karena persiapannya yang singkat. Fleksibilitas dapat secara langsung ditingkatkan dengan menambah kapasitas, membeli peralatan yang lebih fleksibel, melatih pekerja untuk

melakukan berbagai tugas yang lebih luas, atau mendesain ulang produk atau layanan untuk variasi yang tinggi.

## 5. Biaya

Cara untuk mengukur biaya yaitu perusahaan bisa mengukur total biaya termasuk biaya distribusi maupun biaya persediaan tercatat. Biaya distribusi yakni biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk memasarkan barang atau promosi, dan untuk biaya persediaan tercatat ialah terkait dengan pemeliharaan barang dalam persediaan, seperti biaya modal yang dikeluarkan untuk membeli barang persediaan, biaya penyimpanan, dan biaya kerugian akibat dari pencurian dan kerusakan yang terkait dengan menyimpan barang dalam persediaan.

### 2.1.3.5 Indikator Rantai Pasok

Menurut Fauzan (2022) indikator *supply chain management* yaitu:

#### 1. *Strategy supplier partnership*

Membangun hubungan jangka panjang dan harmonis dengan *supplier* memungkinkan organisasi untuk lebih bisa bekerja yang efektif dengan *supplier* yang bersama-sama bertanggung jawab dan berkoordinasi bersama untuk suatu keberhasilan produk sehingga barang atau produk bisa tersedia dengan jumlah yang tepat. Hubungan dengan *supplier* harus terjaga sehingga kerjasama yang dilakukan akan selalu menjadi komponen penting dan efektif dari keunggulan *supply chain*.

## 2. *Customer relationship*

Menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong (2006:18), agar memenangkan pasar saat ini, perusahaan harus sigap dan piawai tidak hanya dalam mengelola produk, tetapi juga dalam mengelola hubungan dengan pelanggan untuk menghadapi persaingan. Mengelola hubungan jangka panjang dengan konsumen merupakan salah satu strategi untuk meningkatkan loyalitas dan kepercayaan konsumen. Membangun hubungan dengan pelanggan yang menguntungkan dan meraih keunggulan kompetitif (*competitive advantage*) kepuasan yang lebih kepada pelanggan dan memerlukan penghantar nilai daripada yang dilakukan dengan pesaing. Membangun dalam hubungan dengan pelanggan atau konsumen merupakan hal penting dalam *supply chain management*, karena dalam memenuhi permintaan konsumen dan kebutuhan merupakan suatu kunci keberhasilan dalam *supply chain management* terkait dengan hasil jangka panjang yang didapatkan dari hubungan yang baik dengan pelanggan. Cara menjalin hubungan yang baik terhadap pelanggan dengan memberikan pelayanan terbaik dalam memberikan produk atau jasa yang diberikan kepada konsumen dan mendengarkan keluhan konsumen.

## 3. *Information sharing*

Menurut Yongki (2015:19) *Information Sharing* merupakan komunikasi yang dijalin dalam pembagian informasi penting oleh perusahaan kepada mitra usaha.

### 2.1.4 Penelitian Terdahulu

Acuan atau dasar yang berupa temuan-temuan melalui hasil berbagai penelitian sebelumnya merupakan hal yang sangat perlu dan dapat dijadikan sebagai alat data pendukung. Salah satu alat data pendukung menurut peneliti perlu dijadikan bagaian tersendiri adalah penelitian terdahulu yang relevan dengan permasalahan. Dalam hal ini, fokus penelitian terdahulu yang dijadikan acuan adalah terkait dengan masalah Rantai Pasok, Saluran distribusi dan Teknologi Informasi.

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

| No  | Nama                         | Judul Penelitian   | Hasil   | Persamaan                                    | Perbedaan                              | Jurnal                                   |
|-----|------------------------------|--|---|--|--|--|
| (1) | (2)                          | (3)  | (4)   | (5)  | (6)                                    | (7)                                      |
| 1   | Fajar Adi / 2021             | Analisis Pengaruh Lokasi Dan Distribusi Terhadap Manajemen Rantai Pasok Pangan Di Masa Pandemi Covid | Faktor lokasi wilayah yang berada dalam zona merah rantai pasok pangan dapat tetap dilakukan namun perlu memastikan pemasok dalam kondisi sehat dan prosedur pengiriman yang tepat seperti menjaga kebersihan dan keamanan untuk menghindari resiko penularan. Berdasarkan faktor distribusi pelaku usaha perlu mempertimbangkan berbagai hal seperti: tujuan distribusi, status tujuan distribusi yang ingin dituju berdasarkan peta penyebaran covid, Akses distribusi, moda transportasi dan daerah yang penyebaran covidnya massif distribusi dilakukan dengan pembatasan dengan waktu tertentu dan protokol kesehatan. | Variabel saluran distribusi dan rantai pasok | Objek penelitian dan metode penelitian | Jurnal Manajemen dan akutansi Vol 2 No 1 |
| 2   | Ridel, Altje dan Indrie/2016 | Identifikasi saluran distribusi dalam rantai pasok kentang di kecamatan Modinding                    | Hasil penelitian menunjukkan proses saluran distribusi kentang yang terjadi di Desa Linelean harus melewati beberapa tangan meliputi petani, pengepul, pedagang, baru sampai ke tangan konsumen.  | Variabel saluran distribusi dan rantai pasok | Objek dan metode penelitian            | Jurnal Emba Vol 4 No 1                   |

| No  | Nama                           | Judul Penelitian   | Hasil  | Persamaan                                    | Perbedaan                   | Jurnal                               |
|-----|--------------------------------|--|--|--|-----------------------------|--------------------------------------|
| (1) | (2)                            | (3)  | (4)  | (5)  | (6)                         | (7)                                  |
| 3   | Darrotun / 2019                | Analisis peningkatan kinerja saluran distribusi dan rantai pasok hasil perikanan tangkap laut menggunakan metode Scor          | Hasil yang didapatkan pada penelitian ini dengan membuat beberapa skenario rantai pasok ikan hasil perikanan tangkap di Kabupaten Gresik dan juga resiko yang terjadi pada setiap pelaku rantai pasok. Jumlah skenario yang dibuat yaitu 6 skenario. 2 skenario yang end customer industri dan eksportir. 2 skenario yang end customer masyarakat umum dan 2 skenario yang end customer Rumah makan/Restoran. Dari perhitungan biaya produksi pada setiap skenario terdapat 1 skenario yang memperoleh biaya rantai pasok terendah yaitu skenario 1. | Variabel saluran distribusi dan rantai pasok | Objek dan metode penelitian | Jurnal Universitas Semen Indonesia   |
| 4   | Rina, Masitoh dan Catur / 2019 | Strategi rantai pasok pada UMKM yang melakukan proses produksi berdasarkan pesanan reguler di samarinda                        | Penelitian ini menghasilkan bahwa saluran distribusi yang pendek (dari produsen langsung ke konsumen akhir lebih banyak digunakan oleh para pelaku UMKM di Samarinda baik yang memproduksi secara reguler ataupun produksi jika ada pesanan. Strategi rantai pasok yang pendek dipilih oleh para pelaku UMKM karena memberikan masa singkat dalam menunggu bahan baku serta memangkas biaya produksi   | Variabel Rantai Pasok                        | Objek dan metode penelitian | Jurnal Riset I nossa Vol 1 No 2      |
| 5   | Fino dan Yuli / 2019           | Desain jaringan distribusi berbasis e business pada sistem rantai pasok  | Hasil pendekatan yang terbaik untuk penerapan desain jaringan distribusi berbasis e-commerce, adalah last mile delivery dan carrier delivery. Alasan pemilihan dua model jaringan tersebut adalah, implementasi nya langsung ke pelanggan  | Variabel Rantai Pasok                        | Objek dan metode penelitian | Jurnal Logistik Indonesia Vol 3 No 1 |
| 6   | Nurhayati, Annisa dan Nur/2024 | Pengaruh Saluran Distribusi dan Kebijakan Promosi Terhadap Perilaku Pembelian Konsumen dan Dampaknya Terhadap Volume Penjualan | Hasil penelitian menunjukkan bahwa saluran distribusi berpengaruh terhadap volume penjualan tergantung pada penerapan sistem saluran distribusi dan juga promosi yang dilakukan oleh sebuah perusahaan.  | Variabel independen: Saluran Distribusi      | Objek dan metode penelitian | Jurnal Ekonomi dan bisnis Vol 2 No 1 |
| 7   | Maghelhas/2017                 | Analisis efisiensi saluran distribusi dan risiko pelaku  | Fluktuasi harga menjadi risiko yang paling banyak terjadi pada seluruh pelaku rantai rantai pasok ikan   | Variabel independen:                         | Objek penelitian dan        | Jurnal Ilmiah Vol 5 No 9             |



| No  | Nama             | Judul Penelitian  | Hasil   | Persamaan                                 | Perbedaan                              | Jurnal                              |
|-----|------------------|---|---|---|--|-------------------------------------|
| (1) | (2)              | (3)   | (4)   | (5)                                       | (6)                                    | (7)                                 |
|     |                  | usaha pada rantai pasok ikan cakalang asap di kelurahan girian atas kota Bitung   | cakalang asap di Kelurahan Girian Atas Kota Bitung.   | Saluran Distribusi                        | metode penelitian                      |                                     |
| 8   | Hernanta/2020    | Pengaruh Teknologi Informasi Terhadap Kinerja Rantai Pasok dan Dampaknya Terhadap Hubungan Pemasok dan Hubungan Pelanggan             | Dari analisis membuktikan bahwa variable teknologi informasi berpengaruh positif terhadap keefektifan operasional, teknologi informasi berpengaruh positif terhadap keefektifan logistik, teknologi informasi berpengaruh positif terhadap keunggulan kompetitif rantai pasok, keefektifan operasional berpengaruh positif terhadap keunggulan kompetitif rantai pasok,   | Variabel Independen : Teknologi Informasi | Objek Penelitian                       | Jurnal UPN Yogyakarta               |
| 9   | Arma/2022        | Analisis Manajemen Rantai Pasokan Guna Meningkatkan Efisiensi Dsitribusi Logistik Produk Mayones (Studi Kasus pada PT. Inkenas Agung) | Risiko bencana akan menimbulkan kerugian lebih besar jika perusahaan hanya memiliki satu pemasok saja, maka dari itu lebih baik memiliki beberapa pemasok pada setiap bahan baku. Pendistribusian mayones menjadi lebih efektif setelah dilakukannya penyortiran lokasi pengiriman dari surat jalan dan biaya pengirimannya sudah lebih efisien. Analisis manajemen rantai pasokan yang dilakukan sudah efektif dan efisien dari sebelum dilakukannya teknik-teknik tersebut. | Variabel dependen : Rantai pasok          | Objek penelitian dan metode penelitian | Jurnal STIE Indonesia               |
| 10  | Ade Gunawan/2018 | Pengaruh Teknologi Informasi Terhadap Keunggulan Kompetitif Rantai Pasokan Dan Dampaknya Terhadap Hubungan Pemasok Dan Pelanggan      | Hasil penelitian membuktikan bahwa teknologi informasi berpengaruh positif terhadap efektifitas operasional, teknologi informasi berpengaruh positif terhadap keunggulan kompetitif rantai pasok, teknologi informasi berpengaruh positif terhadap efektifitas logistik, efektifitas operasional berpengaruh positif terhadap keunggulan kompetitif rantai pasok  | Variabel independen                       | Objek penelitian                       | Jurnal Universitas Islalm Indonesia |

## 2.2 Kerangka Pemikiran

Bagi setiap perusahaan tentunya ingin berkembang secara luas dan perusahaannya maju dan dikenal juga banyak konsumen. Kemajuan teknologi memungkinkan juga menambah jumlah pesaing dan mungkin akan meningkatkan kualitas persaingan, sebab seringkali produk substitusi berasal dari jenis produk berbeda tetapi memiliki karakter dan fungsi yang sama dengan produk yang disubstitusikannya, biasanya persaingan dengan produsen substitusi terjadi pada level produk jadi, akan tetapi tidak menutup kemungkinan hal ini terjadi pada level bahan baku. Hal seperti ini memungkinkan terciptanya produk-produk baru yang sangat mungkin menawarkan fungsi substitusi bagi produk lain. Oleh karena itu hubungan antara supplier, customer, dan perusahaan itu sendiri harus dikelola dengan baik. Bagaimana agar supplier ikut serta bertanggung jawab dalam kualitas produk, hubungan jangka panjang dengan *supplier* dan *customer*.

Hal tersebut merupakan konsep dari manajemen rantai pasokan. Chopra dan Meindly (2011:55) menyatakan bahwa rantai pasok adalah seluruh pihak yang terlibat, baik secara langsung maupun tidak langsung dalam memenuhi pesanan dan permintaan konsumen. Maka yang terjadi dengan rantai pasok yang ada di Afsha Puspa Prima kurangnya pemanfaatan teknologi informasi karena dalam teori dari Musran Munizu (2015) menunjukkan bahwa teknologi informasi yang mendukung pertukaran informasi dapat meningkatkan kinerja rantai pasokan. Maka teknologi informasi menjadi salah satu faktor terpenting dalam rantai pasok saat ini, karena dengan kemudahannya dapat memudahkan para pemilik usaha retail saat ini. Begitupun yang terjadi dalam saluran distribusi yang ada di Afsha Puspa Prima

karena pada dasarnya saluran distribusi merupakan sekelompok pedagang atau agen perusahaan yang mengkombinasikan antara pemindahan fisik dan nama suatu produk untuk menciptakan kegunaan bagi pasar tertentu, pentingnya peran eksternal dalam hal saluran distribusi ini dan selaras dengan teori dari Clara et al (2020) menyatakan saluran distribusi adalah lembaga-lembaga distributor atau lembaga-lembaga penyalur yang mempunyai kegiatan untuk menyalurkan atau menyampaikan barang-barang atau jasa-jasa dari produsen ke konsumen.

Kunci bagi rantai pasok yang efektif adalah menjadikan para pemasok sebagai “mitra” dalam strategi perusahaan untuk memenuhi pasar yang selalu berubah. Pernyataan tersebut bermaksud untuk memberikan penjelasan mengenai pentingnya kegiatan rantai pasok terhadap keunggulan kompetitif pada suatu perusahaan, yang mana di dalam kegiatan rantai pasok terdapat beberapa kendala serta permasalahan yang harus diatasi oleh perusahaan, maka dari itu kajian-kajian teori rantai pasok bertujuan untuk memberikan beberapa solusi yang berhubungan dengan rantai pasok dan juga membantu bagi perusahaan untuk mengatasi setidaknya beberapa masalah yang berhubungan dengan rantai pasok.

Berdasarkan uraian tersebut mengenai rantai pasok teknologi informasi dan saluran distribusi, bahwa lemahnya rantai pasok di Afsha Puspa Prima disebabkan oleh teknologi informasi dan saluran distribusi. Oleh karena itu, penulis mencoba untuk meneliti pengaruh teknologi informasi dan saluran distribusi terhadap rantai pasok Afsha Puspa Prima di Kabupaten Tasikmalaya.

### 2.3 Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran, maka dapat dirumuskan suatu hipotesis penelitian secara umum yaitu: **“Pengaruh Teknologi Informasi dan Saluran Distribusi Terhadap Rantai Pasok Di Industri Retail (Studi Pada CV Afsha Puspa Prima Tasikmalaya).”**