

BAB V

PENUTUP

Pada bab ini berisi rangkuman dan kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan. Bagian pertama membahas kesimpulan dari hasil olah data utama kemudian dilanjutkan dengan implikasi manajerial dan kelemahan penelitian. Pada akhirnya akan ditutup oleh saran untuk penelitian kedepannya agar dapat mengurangi kesalahan-kesalahan yang terdapat dalam penelitian ini :

5.1. Kesimpulan

Penelitian ini membahas mengenai implementasi manajemen kualitas rantai pasok yang dilakukan oleh perusahaan PT Garam Media Edukasi dalam menjalankan proses bisnisnya sebagai anggota rantai pasok.

Berdasarkan praktik manajemen kualitas internal, GME mampu menjalankan praktik kepemimpinan manajemen puncak, di mana manajemen puncak mengambil peran dalam melakukan persetujuan terkait kerjasama, dan pembentukan produk dari segi harga, serta menjadi penghubung bagi anggota internal perusahaan. Praktik kedua yang dilakukan adalah kegiatan yang berkaitan dengan hal-hal strategis, dengan kemampuan melakukan penyesuaian terhadap perubahan permintaan, waktu tunggu dari pemasok, dan biaya produksi. Namun dalam praktik manajemen tenaga kerja GME masih memiliki keterbatasan berupa kemampuan yang kurang merata di antara tenaga kerja yang menjadi anggota internal perusahaan.

Kemudian, berdasarkan praktik manajemen kualitas hulu, GME mampu menjalin relasi yang baik dengan pemasok. Relasi yang awalnya dibangun melalui komunikasi yang baik dengan pemasok, dilakukan baik secara formal maupun informal sehingga memiliki dasar yang kuat sekaligus dapat membangun kepercayaan dan komitmen serta hubungan jangka panjang dengan pemasoknya. Relasi yang baik ini juga didukung dengan adanya pemilihan pemasok dengan tiga standar utama yakni kualitas produk dan layanan, waktu pengiriman, dan sistem

pembayaran. Dengan adanya hubungan jangka panjang dengan pemasok, pengembangan kualitas pemasok, dan fokus kualitas pada pemilihan pemasok akan mengurangi risiko dalam rantai pasok, meningkatkan kualitas, dan mengurangi biaya produksi yang lebih rendah.

Berikutnya, berdasarkan praktik manajemen kualitas hilir, GME mampu menjalin hubungan dengan pelanggan baik melalui pertemuan ataupun kunjungan pelanggan. Relasi ini dijalankan untuk dapat memperkenalkan perusahaan mereka kepada calon pelanggan dan memperoleh informasi mengenai kebutuhan pelanggan supaya kebutuhan tersebut dapat dipenuhi. Hubungan dengan pelanggan dipelihara dengan mengumpulkan umpan balik dari pelanggan melalui cara formal dan informal agar dapat dipertimbangkan dan digunakan sebagai acuan untuk terus mengembangkan kualitas dari produk dan layanan mereka. Peran pelanggan juga diperhitungkan melalui kesediaan mereka dalam melibatkan pelanggan dalam mendesain produk.

5.2. Implikasi Manajerial

1. Bagi pihak manajemen PT Garam Media Edukasi diharapkan dapat terus mempertahankan dan meningkatkan proses pengelolaan dan pengoperasian perusahaan berdasarkan praktik SCQM agar kinerja perusahaan dalam menjalankan peran sebagai anggota rantai pasok dapat semakin meningkat.
2. Bagi perusahaan atau industri lainnya dengan bidang bisnis serupa maupun berbeda diharapkan penelitian ini dapat dijadikan bahan referensi atau bahan pertimbangan apakah *Supply Chain Quality Management (SCQM)* ini dapat diterapkan pada proses operasional dalam bidang usaha atau industri mereka.

5.3. Keterbatasan Penelitian

1. Sumber informan yang dibutuhkan jumlahnya terbatas, sehingga tidak dapat mencakup secara luas praktik-praktik lain yang dilakukan perusahaan.
2. Sumber informasi yang dibutuhkan memiliki keterbatasan karena terdapat hal-hal yang tidak boleh dipublikasikan dari pihak perusahaan.
3. Penelitian dengan topik serupa masih jarang dilakukan, walaupun ada yang melakukan namun belum dipublikasikan secara luas, sehingga penulis kesulitan dalam mencari sumber referensi sebagai acuan landasan teori maupun dalam pembahasannya.
4. Terbatasnya perusahaan atau industri yang menerapkan praktik *Supply Chain Quality Management* (SCQM), sehingga penulis cukup kesulitan dalam mencari dan menentukan objek penelitian yang sesuai dengan topik penelitian yang diangkat.
5. Penelitian yang dilakukan hanya berdasarkan hasil analisis deskriptif peneliti dari hasil wawancara dengan informan tanpa menggunakan bantuan aplikasi atau *software* tertentu, sehingga hasilnya bisa menjadi bias karena hanya berdasarkan sudut pandang peneliti tanpa bukti statistik.

5.4. Saran Penelitian Selanjutnya

1. Diharapkan pada penelitian selanjutnya dapat menambahkan jumlah sumber informan atau narasumber yang dianggap sesuai dengan topik penelitian agar hasil penelitian bisa lebih valid.
2. Pada penelitian selanjutnya diharapkan bisa menambahkan variabel lainnya yang lebih relevan dengan topik penelitian serupa dengan harapan di penelitian selanjutnya dapat menemukan hasil penelitian yang berbeda.
3. Pada penelitian berikutnya diharapkan dapat menggunakan aplikasi atau *software* tertentu agar hasil penelitian lebih valid dan terbukti secara statistik.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdallah, A. B., Alfar, N. A., & Alhyari, S. (2021a). The effect of supply chain quality management on supply chain performance: the indirect roles of supply chain agility and innovation. *International Journal of Physical Distribution and Logistics Management*, 51(7), 785–812. <https://doi.org/10.1108/IJPDLM-01-2020-0011>
- Carmignani, G. (2009). Supply chain and quality management: The definition of a standard to implement a process management system in a supply chain. *Business Process Management Journal*, 15(3), 395–407. <https://doi.org/10.1108/14637150910960639>
- Flynn, B. B., & Flynn, E. J. (2005). Synergies between supply chain management and quality management: Emerging implications. *International Journal of Production Research*, 43(16), 3421–3436. <https://doi.org/10.1080/00207540500118076>
- Foster, S. T., Wallin, C., & Ogden, J. (2011). Towards a better understanding of supply chain quality management practices. *International Journal of Production Research*, 49(8), 2285–2300. <https://doi.org/10.1080/00207541003733791>
- Hong, J., Zhou, Z., Li, X., & Lau, K. H. (2020). Supply chain quality management and firm performance in China's food industry—the moderating role of social co-regulation. *International Journal of Logistics Management*, 31(1), 99–122. <https://doi.org/10.1108/IJLM-05-2018-0124>
- Kaynak, H., & Hartley, J. L. (2008a). A replication and extension of quality management into the supply chain. *Journal of Operations Management*, 26(4), 468–489. <https://doi.org/10.1016/j.jom.2007.06.002>
- Nosratpour, M., & Bakar Hamid, A. A. (2015). The Impact of SCQM Practices on Organizational Performance. In *International Journal of Enhanced Research in Management & Computer Applications* (Vol. 4). www.erpublications.com
- Phan, A. C., Nguyen, H. A., Trieu, P. D., Nguyen, H. T., & Matsui, Y. (2019). Impact of supply chain quality management practices on operational performance: empirical evidence from manufacturing companies in Vietnam. *Supply Chain Management*, 24(6), 855–871. <https://doi.org/10.1108/SCM-12-2018-0445>
- PT Garam Media Edukasi. (n.d.). *PT Garam Media Edukasi*. 2024. Retrieved June 11, 2024, from <https://garammediaedukasi.com/>
- Quang, H. T., Sampaio, P., Carvalho, M. S., Fernandes, A. C., Binh An, D. T., & Vilhenac, E. (2016a). An extensive structural model of supply chain quality management and firm performance. *International Journal of Quality and Reliability Management*, 33(4), 444–464. <https://doi.org/10.1108/IJQRM-11-2014-0188>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Research Methods for Business*. www.wileypluslearningspace.com

- Sila, I., Ebrahimipour, M., & Birkholz, C. (2006). Quality in supply chains: An empirical analysis. *Supply Chain Management*, 11(6), 491–502. <https://doi.org/10.1108/13598540610703882>
- Soares, A., Soltani, E., & Liao, Y. Y. (2017). The influence of supply chain quality management practices on quality performance: an empirical investigation. *Supply Chain Management*, 22(2), 122–144. <https://doi.org/10.1108/SCM-08-2016-0286>
- Sugiyono. (2018). Pengumpulan data. *Bab III Metoda Penelitian*.
- Zeng, J., Phan, C. A., & Matsui, Y. (2013a). Supply chain quality management practices and performance: An empirical study. *Operations Management Research*, 6(1–2), 19–31. <https://doi.org/10.1007/s12063-012-0074-x>



Lampiran 1

Hasil Wawancara

INFORMAN 1 (P1)

Nama Informasn : Alfonssus Varian Dimas Christofel (Dimas).
Posisi //Jabatan : *Head of Operational & Marketing* PT Garam Media Edukasi.
Hari, Tanggal : Jumat, 3 Mai 2024
Tempat / Lokasi : PT Garam Media Edukasi

Hasil Wawancara :

Yudha : Apakah perusahaan GME ini selalu memastikan kinerja dan kualitas dari pemasok?

Dimas : Iya, pastilah, nggak mungkin enggak karena kita juga harus jaga relasi kita dengan pemasok, harus membangun kepercayaan juga.

Yudha : Dalam memastikan kinerja itu, ada audit kinerja atau kayak pencatatan yang dilakuin gitu nggak?

Dimas : Nek audit kinerja yang kami lakuin itu biasanya dari produk, yang pertama kualitas produknya, barang itu selama ini yang dikirim ke kita itu apakah kondisinya selalu baik atau banyak masalah. Yang kedua itu kaitannya sama ketepatan waktu, kita pesan, nah itu berapa lama barang bisa sampek ke kita, apakah sesuai dengan yang kita minta kita harapkan atau enggak. Akhirnya itu bisa jadi salah satu penilaian kita dengan pemasok. Karena kebetulan kan *customer* kita banyak yang mintanya cepet-cepet, ada barang yang lama kita harus cari *supplier* yang memang kita butuhkan cepet dia bisa memenuhi dalam waktu yang singkat, seperti itu. Terus terkait dengan sistem pembayaran, nah itu juga biasanya kita menjadi pertimbangan untuk seorang pemasok,

apakah itu kita ambil atau nggak gitu sih. Nah, ini kualitas masuknya ke produk, nek kinerja ya pertimbangan kita 3 poin itu sih.

- Yudha : Berarti ya udah di cari dulu gitu ya informasinya sebelum itu?
- Dimas : Iya.
- Yudha : Nah, terus dari informasi itu, biasanya ngasih umpan balik juga nggak ke pemasoknya misal kayak tanggapan kalau ada yang nggak sesuai misal ngasih saran ke pemasoknya gitu?
- Dimas : Oh, kita *complain* biasanya. Misal nih, pemesanannya barangnya apa kondisinya harus baik nah kita sampaikan ke sana tuh misal Mas barangnya penyok, biasanya kalau *supplier*-nya ada yang gampang ya langsung yawes mas kirim aja tak ganti yang baru. Tapi kadang ada juga *supplier* yang pakek SOP, jadi bukti pembelian dilampirkan.
- Yudha : Oh itu brarti kayak ada program formalnya gitu lha ya, yang kayak SOP nya gitu.
- Dimas : Ya, iya ada, ya itu sih terkait produk apakah waktu mereka kirim ke kita itu dalam kondisi baik atau endak produknya itu, nah itu pada saat itu. Atau misal nih ternyata pas udah di kirim ternyata barang kita kelebihan, nah kita ngomong tuh kalau barang kita kelebihan tak retur ya bisa nggak, kadang bisa tapi ya bikin SOP. Ya gitu lha biasanya prosesnya.
- Yudha : Seberapa penting sih komunikasi ynag dijalankan GME dengan pemasok untuk nantinya dapat menjalin hubungan jangka Panjang?
- Dimas : Ya sangat penting. Kalau nggak ada tanggapan nggak ada komunikasi ya biasanya udah kita putus nggak ke sana lagi. Ppertimbangan kami, kalau *customer* itu jadi yang kami unggulkan gitu. Kalau misalnya dari *supplier*-nya itu tidak mendukung *after sales*-nya kami, ya nanti malah kami yang kesulitan gitu.

- Yudha : Lalu yang selanjutnya tuh gimana perusahaan ini menjalin komunikasi dengan pelanggan, terutama dengan pelanggan-pelanggan utama. Apakah berhubungan dekat dengan pelanggan utama terus gimana juga pelanggan itu nantinya ngasih umpan balik ke perusahaan ini?
- Dimas : Yang jelas relasi sih, ya kita harus menjalin relasi yang baik dengan pelanggan, kalau relasi itu udah terjalin dengan baik nah biasanya pelanggan-pelanggan kalau ada kebutuhan tuh, karena sebelumnya tuh kan kami berikan penawaran, kita perkenalan diri kita sebagai perusahaan penyedia barang nah mungkin disitu mereka ada kebutuhan. Nah, terus sambil jalan nanti kita jalin relasi kemudian akan ada kebutuhan nih, nah ketika ada kebutuhan itu disampaikan ke kami, kita coba cek-kan barangnya disesuaikan dengan anggaran mereka. Nah, kalau masuk ya sudah, *deal* harga ketemu harga yang sesuai dengan anggaran, tahapan pesanan masuk kita layani gitu.
- Yudha : Nah, kalau terkait penyampaian, misal pelanggan ngasih umpan balik yang terkait kualitas produknya gitu, Mas?
- Dimas : Ada, kita pakai e-katalog sama SIPLah. Nah kalau dari instansi itu kita ada dua aplikasi itu. Sekarangkan semua pembelanjaan pemerintah atau pun instansi Lembaga pemerintah itukan lewat *market place*-nya mereka. Kalau dinas-dinas itu lewat e-katalog namanya. E-katalog itu pembelian secara *online*. Terus kalo untuk instansi sekolah itu *e-commerce*-nya melalui SIPLah. Nah kalau lewat SIPLah itukan ada tahapan-tahapannya, dari proses negosiasi awal, terus PO masuk, pengiriman, nah setelah dikirim nanti mereka ada *posting* berita acara serah terima lewat *platform* itu, setelah posting nanti baru keluar *virtual account* pembayarannya. Nah setelah membayar nanti mereka membuat testimoni, itu ada yang ngisi bintang. Kalau yang lewat e-katalog itu juga ada tahapannya yang kurang lebih sama dengan SIPLah. Jadi setelah PO masuk yang sebelumnya ada negosiasi,

setelah kita setuju nanti kita nunggu surat perintah kerja dan surat kontrak, setelah surat itu turun isinya seperti waktu pengiriman dan ketentuan-ketentuan, juga denda yang dikenakan jika tidak sesuai, jadi ada perjanjian di dalamnya. Nanti setelah diterima barangnya mereka juga *posting* berita acara serah terimajuga ngeek apakah barangnya sesuai sama spesifikasi barang yang dipesan atau tidak. Kalau sesuai terus lanjut ke proses pencairan, mereka akan mengajukan ke SEKDA kalau tingkat daerah nah nanti dananya dari APBD, kalau APBN dia nanti anggaran dari pemerintah pusat. Setelah pencairan nanti mereka menyelesaikan transaksi. Setelah transaksi selesai di e-katalog mereka akan menilai, jadi ada poin-poinnya, seperti penyediaan barang kita, waktu pengiriman, termasuk dari kualitas barang, nah mereka akan nilai dari situ. Nah kalau ada ketidaksesuaian itu bisa diproses secara hukum baik pidana maupun perdata sesuai kasus yang terjadi.

Yudha : Nah, terus kalau pelanggan-pelanggan itu ada nggak sih yang apa ngasih sertifikasi khusus atau syarat-syarat, kriteria-kriteria produknya?

Dimas : Oh ada, apalagi kalau sekolah itu kan mereka biasanya sudah menyusun anggaran, misal nih mereka sudah menyusun anggaran di tahun 2025, nah sekarang kan tahun 2024, nah biasanya di akhir tahun tuh mereka udah nyusun Dha.

Yudha : Kayak perencanaan gitu ya?

Dimas : Kayak perencanaan itu, mereka kan akan mengajukan ke dinas, itu sudah disertai sertifikasi yang mereka harapkan. Nah, ketika mereka di tahun depan, itu ada anggarannya biasanya pihak kompetitor atau kami itu berlomba-lomba untuk memasukkan penawaran ke sekolah-sekolah itu. Apakah ada anggaran, lalu barangnya apa, biasanya

mereka sudah ada nih. Mas, barangnya laptop atau tas ataukah papan tulis atau misalnya lemari arsip, dan sebagainya itu ada spesifikasinya, misalnya nih lemari kayu atau lemari besi ukurannya sebesar apa, nah itu mereka biasanya udah ada spesifikasi tertentu. Nah, kami tinggal melayani sesuai spesifikasi yang sudah mereka tentukan, gitu.

Yudha : Tadi kan juga berbagai persyaratan kualitas juga yang tadi dilampirkan juga kan.

Dimas : Iya, karena kan kualitas kami tuh gini, setiap barang yang kita kirimkan itu selalu melampirkan garansi, artinya itu meyakinkan mereka bahwa produk kami itu bukan produk abal-abal, kalo misalnya produknya abal-abalnya orang gak akan berani kasih garansi donk. Ya, kalo misalnya dia habis sebulan dua bulan rusak kan biasanya gak berani, nah tapi kalau kami bisa memberikan garansi itu, karena *after sale* nya yang kita perkuat di situ, gitu.

Yudha : Oke, tadi terkait pelanggan. Lanjut sekarang ke *information sharing*. Nah, *information sharing* itu gimana tuh Mas tentang sistem informasinya? Karena kemaren ngeliat juga, web perusahaan ini lumayan oke sih.

Dimas : Sebenarnya aku kurang tahu, karena ada yang ngurusin sendiri. Jadi, kami pakek pihak ketiga, Cuma kan kami di kasih akses untuk ngisi-ngisi juga, nah itu biasanya minta tolong si Jeff.

Yudha : Nah, kira-kira apakah sistem informasi itu bisa memenuhi komunikasi antara pemasok dengan pelanggan

Dimas : Sistem informasi ya, oke jadi gini untuk sistem informasinya kan bisa melalui banyak *platform* sebenarnya, jadi gak Cuma lewat *website* bisa lewat Instagram atau TikTok, dan sebagainya. Memang kalau untuk yang perusahaan ini, kami fokuskan di *website*. Awal mulanya, kita tuh punya *website*, *website* itu mengakomodir pembelian secara langsung, tetapi kan karena barang kita itu barang-barang yang besar