

ANALISA PENGARUH KINERJA MANAJEMEN RANTAI PASOK TERHADAP PENILAIAN PELANGGAN RUMAH MAKAN AYAM BAKAR WONG SOLO CABANG MAKASSAR

Burhanuddin Baharuddin *)

Dosen Tetap Yayasan Pada PPS STIE AMKOP Makassar

Abstract : *Analysis of Effect of Supply Chain Management Performance Against Customer Rating Restaurant Ayam Bakar Wong Solo Branch Makassar. This study aims to determine is there Effect of Supply Chain Management Performance Against Customer Rating Restaurant Ayam Bakar Wong Solo Branch Makassar. This study was carried out to customers who make a purchase at Ayam Bakar Wong Solo Branch Makassar where over three times the frequency of purchase. This study is a qualitative research method and an explanatory research design (explanatory research). Total sample of 100 customers. Data were analyzed using univariate and bivariate analysis. The results showed there was a significant relationship between the variables flexibility, quality of food and responsiveness in the supply chain performance grilled chicken restaurant Wong Solo Makassar branch at the high category.*

Keywords: *Supply Chain Performance, Assessment customers*

Abstrak : *Analisa Pengaruh Kinerja Manajemen Rantai Pasok Terhadap Penilaian Pelanggan Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo Cabang Makassar. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adakah PengaruhKinerja Manajemen Rantai Pasok Terhadap Penilaian Pelanggan Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo Cabang Makassar. Penelitian ini dilaksanakan terhadap pelanggan yang melakukan pembelian di rumah makan Ayam Bakar Wong Solo Cabang Makassar dimana frekuensi pembeliannya diatas tiga kali. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan metode rancangan penelitian dan eksplanatif (explanatory research). Jumlah sampel penelitian 100 pelanggan. Analisa data menggunakan analisis univariat dan bivariat. Hasil penelitian menunjukkan terdapat hubungan bermakna antara variabel fleksibilitas, kualitas makanan dan responsif dalam kinerja rantai pasokan rumah makan ayam bakar Wong Solo cabang Makassar berada pada kategori tinggi.*

Kata kunci : *Kinerja Rantai Pasok, Penilaian pelanggan.*

Pendahuluan

Perkembangan usaha peternakan unggas di Indonesia saat ini semakin pesat dan memberikan kontribusi besar dalam pemenuhan kebutuhan protein hewani. Unggas khususnya ayam kampung merupakan salah satu komoditi ternak ayam yang banyak diminati oleh semua lapisan masyarakat, dengan banyaknya permintaan masyarakat akan daging ayam kampung, maka banyak sektor bisnis yang menjual daging ayam olahan seperti café, restoran dan rumah makan demi memenuhi kebutuhan konsumen. Bisnis yang menjual daging ayam

kampung olahan menjadi semakin maju pesat sebagaimana dapat dilihat dari banyaknya rumah makan baru atau dengan membuka cabang didaerah lain. Salah satu rumah makan yang menjual daging ayam olahan dan berkembang sangat pesat belakangan ini adalah rumah makan Ayam Bakar Wong Solo yang perkembangannya sangat pesat salah satunya cabang Makassar.

Rumah makan Ayam Bakar Wong Solo merupakan salah satu rumahmakan yang sedang berkembang saat ini. Sejak pertama kali didirikan padatahun 1991, rumah makan ini terus mengalami

perkembangan dari tahun ketahun. Dengan sistem waralaba yang dijalankannya, jumlah *outlet*-nya terus bertambah. Pada tahun 2010 jumlah *outlet*-nya sudah mencapai 42 buah yang tersebar di beberapa kota besar di Indonesia. Selain di dalam negeri, rumah makan Ayam Bakar Wong Solo juga sudah berhasil memasuki pasar luar negeri. Hal ini ditandai dengan dibangunnya dua buah *outlet* di Negara tetangga yaitu Malaysia dan Singapura. Rumah makan Ayam Bakar Wong Solo di Indonesia salah satunya adalah rumah makan Ayam Bakar Wong Solo Cabang Makassar yang berlokasi di Jalan Sultan Alauddin (Samping Kampus Nobel) Makassar, dimana tempatnya cukup strategis. Dalam perkembangannya, rumah makan Ayam Bakar Wong Solo Cabang Makassar tidak luput dari tingkat persaingan yang ketat, persaingan yang semakin ketat tersebut menuntut rumah makan Ayam Bakar Wong Solo Cabang Makassar untuk menerapkan strategi bersaing yang tepat untuk memenangkan persaingan di industri rumah makan. Agar berhasil dalam persaingan rumah makan Ayam Bakar Wong Solo Cabang Makassar harus mampu secara efisien menyediakan produk kepada pelanggan, dengan pelayanan dan mutu yang lebih baik dalam memuaskan kebutuhan pelanggannya, dalam memenuhi kebutuhan tersebut perusahaan harus memiliki kinerja yang baik sehingga akan menentukan keberhasilan dalam persaingan oleh karena terciptanya kepuasan pelanggan terhadap kinerja rumah makan ayam bakar Wong Solo dalam menyediakan ayam bakar yang diminta oleh setiap konsumennya.

Fenomena yang terjadi di rumah makan Ayam Bakar Wong Solo Cabang Makassar semakin hari pengunjung yang datang berbelanja di rumah makan tersebut semakin berkurang hal itu disebabkan karena tingginya persaingan dengan banyaknya rumah makan sejenis yang semakin menjamur yang juga

menyajikan ayam bakar sebagai menu utamanyasehingga konsumen menjadi tersebar hal ini kemungkinan diakibatkan pula karena kinerja rumah makan dalam memberikan pelayanan ditunjang dengankualitas rasa makanan dan harga sajian ayam bakar yang relatif mahal menjadi pertimbangan bagi setiap konsumen sehingga memilih rumah makan lain dalam memenuhi kebutuhan mereka terhadap makanan khusus ayam bakar.

Kinerja rantai pasok rumah makan ayam bakar Wong Solo cabang Makassar merupakan suatu unjuk hasil yang diberikan oleh pemasok terhadap kebutuhan rumah makan dalam memenuhi keinginan ataupun permintaan pelanggan terhadap pesanan ayam bakarnya sehingga penting bagi rumah makan dalam memberikan yang terbaik bagi para pelanggannya agar tercipta kepuasan terhadap pelanggan. Pelanggan sangat berperan dalam mengetahui seberapa besar kinerja rantai pasok rumah makan dalam menyediakan ayam bakar yang pelanggan butuhkan dimana pasokan yang lancar dengan kualitas yang baik akan menghasilkan produk olahan yang baik jika kinerja rumah makan terus ditingkatkan dengan menyediakan pesanan ayam bakar yang pelanggan butuhkan sehingga ayam kampung yang berasal dari pemasok harus mampu disediakan oleh pemasok dengan waktu yang cepat, jumlah yang tepat, dan dengan kualitas yang baik dengan harga yang sesuai sehingga kinerja rumah makan dalam mengelola pasokan tersebut dapat dinilai dengan baik oleh pelanggan itu sendiri sehingga penilaian pelanggan tersebut mampu memberikan umpan positif terhadap rumah makan dalam meningkatkan kinerja rantai pasok rumah makan agar dapat menciptakan nilai secara keseluruhan dan memperoleh keunggulan dalam bersaing dengan rumah makan pesaingnya.

Rumusan Masalah

Dari uraian diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah : *“Bagaimana Pengaruh Kinerja Manajemen Rantai Pasok Terhadap Penilaian Pelanggan Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo Cabang Makassar.*

Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui adakah Pengaruh Kinerja Manajemen Rantai Pasok Terhadap Penilaian Pelanggan Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo Cabang Makassar.

Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah:

- 1) Sebagai bahan informasi dan pertimbangan serta sumbangan pemikiran kepada para pengusaha yang akan membuka lapangan kerja khususnya rumah makan dalam mengetahui bagaimana penilaian pelanggan terhadap kinerja rantai pasok rumah makan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan.
- 2) Sebagai bahan informasi sekaligus merupakan kesempatan bagi penulis untuk menerapkan teori-teori dan literatur yang penulis peroleh selama penelitian serta mengaplikasikannya secara profesional.
- 3) Sebagai bahan referensi yang nantinya dapat memberikan perbandingan dalam mengadakan penelitian selanjutnya.

Tinjauan Umum Ayam Kampung

Ayam kampung merupakan salah satu jenis ternak unggas yang telah memasyarakat dan tersebar di seluruh pelosok nusantara. Bagi masyarakat Indonesia, ayam kampung sudah bukan hal asing. Istilah "*Ayam kampung*" semula adalah kebalikan dari istilah "*ayam ras*", dan sebutan ini mengacu pada ayam yang ditemukan berkeliaran bebas di sekitar perumahan. Namun demikian, semenjak dilakukan program pengembangan, pemumian, dan pemuliaan beberapa ayam lokal unggul, saat ini dikenal pula beberapa ras unggul ayam

kampung. Untuk membedakannya kini dikenal istilah ayam buras (singkatan dari "ayam bukan ras") bagi ayam kampung yang telah diseleksi dan dipelihara dengan perbaikan teknik budidaya (tidak sekedar diumbar dan dibiarkan mencari makan sendiri) (Anonim, 2010).

Ayam kampung disukai orang karena dagingnya yang kenyal dan "berisi", tidak lembek dan tidak berlemak sebagaimana ayam ras. Berbagai masakan Indonesia banyak yang tetap menggunakan ayam kampung karena dagingnya tahan pengolahan (tidak hancur dalam pengolahan). Selain itu daging ayam kampung memiliki keunggulan dibandingkan daging ayam broiler, karena kandungan nutrisi yang lebih tinggi. Ayam kampung dipelihara oleh masyarakat terutama sebagai sumber protein hewani baik berupa telur maupun daging, di samping kotorannya juga dapat dimanfaatkan sebagai pupuk tanaman maupun pakan ikan. Sebagai sumber protein hewani telur dan daging mengandung asam amino esensial yang sangat dibutuhkan oleh tubuh dan berperan dalam meningkatkan kesehatan masyarakat (Anonim. 2008).

Kinerja

Kinerja adalah gambaran mengenai tingkat penyesuaian pelaksanaan suatu kegiatan dalam mewujudkan sasaran, tujuan, misi dan visi organisasi yang tertuang dalam *strategic planning* suatu organisasi (Lia Manalu, 2010).

Pengertian kinerja atau prestasi kerja diberi batasan oleh Maier (dalam Moh As'ad, 2003) sebagai kesuksesan seseorang atau kelompok di dalam melaksanakan suatu pekerjaan. Lebih tegas lagi Lawler and Potter menyatakan bahwa kinerja adalah "succesfull role achievement" yang diperoleh seseorang dari perbuatan-perbuatannya (Moh As'ad, 2003).

Kinerja sebagai hasil-hasil fungsi pekerjaan/kegiatan seseorang atau kelompok dalam suatu organisasi yang dipengaruhi oleh berbagai faktor untuk mencapai tujuan organisasi dalam periode waktu tertentu (Tika, 2006).

Kinerja adalah kesediaan seseorang atau kelompok orang atau organisasi untuk melakukan sesuatu kegiatan dan menyempurnakannya sesuai dengan tanggung jawab dengan hasil seperti yang diharapkan (Rivai dan Basri 2005).

Menurut Bambang Guritno dan Waridin (2005) kinerja merupakan perbandingan hasil kerja yang dicapai oleh karyawan dengan standar yang telah ditentukan. Sedangkan menurut Hakim (2006) mendefinisikan kinerja sebagai hasil kerja yang dicapai oleh individu yang disesuaikan dengan peran atau tugas individu tersebut dalam suatu perusahaan pada suatu periode waktu tertentu, yang dihubungkan dengan suatu ukuran nilai atau standar tertentu dari perusahaan dimana individu tersebut bekerja. Kinerja merupakan perbandingan hasil kerja yang dicapai oleh pegawai dengan standar yang telah ditentukan (Waridin, 2004).

Pengukuran kinerja adalah suatu proses penilaian kemajuan pekerjaan terhadap tujuan dan sasaran yang telah ditentukan sebelumnya, termasuk informasi atas efisiensi penggunaan sumber daya dalam menghasilkan barang dan jasa, kualitas barang dan jasa, hasil kegiatan dibandingkan dengan maksud yang diinginkan, dan efektivitas tindakan dalam mencapai tujuan (Manalu, 2010).

Rantai Pasok (*Supply Chain*)

Rantai Pasok atau rantai suplai disebut juga jaringan logistik adalah sebuah sistem terkoordinasi yang terdiri atas organisasi, sumber daya manusia, aktivitas, informasi, dan sumber daya lainnya yang terlibat secara bersama-sama dalam memindahkan suatu produk atau jasa baik dalam bentuk fisik

maupun virtual dari suatu pemasok kepada pelanggan. Badan usaha yang melaksanakan fungsi suplai pada umumnya terdiri dari manufaktur, penyedia layanan jasa, distributor dan saluran penjualan, dan pelanggan. Aktivitas rantai suplai mengubah bahan baku dan bahan pendukung menjadi sebuah barang jadi yang dapat dikirimkan kepada pelanggan pengguna akhir (Poluha, 2006).

Menurut Chopra and Meindl (2007), rantai pasok memiliki sifat yang dinamis namun melibatkan tiga aliran yang konstan, yaitu aliran informasi, produk dan uang. Disamping itu, Chopra and Meindl juga menjelaskan bahwa tujuan utama dari setiap rantai pasok adalah untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan menghasilkan keuntungan.

Strategi rantai pasokan adalah kumpulan kegiatan dan aksi strategis di sepanjang rantai pasokan yang menciptakan rekonsiliasi antara apa yang dibutuhkan pelanggan akhir dengan kemampuan sumber daya yang ada pada rantai pasokan tersebut (Pujawan, 2005).

Tujuan strategis dari rantai pasok bersifat jangka panjang dan digunakan untuk bertahan dalam memenangkan persaingan pasar. Konteks ukuran yang digunakan dalam memenangkan pasar berkaitan dengan pemenuhan produk atau barang dengan harga murah, berkualitas, mudah didapat, dan bervariasi (Ningsih, 2010).

Untuk memenuhi kebutuhan pasar sesuai konteks yang diinginkan oleh konsumen tersebut maka setiap rantai pasok harus memiliki kemampuan dalam pengoperasian yang efisien, menciptakan kualitas, respon cepat, fleksibel, dan inovatif, sehingga keputusan strategis terkait hal tersebut diantaranya adalah penentuan sistem informasi, penentuan produk yang akan dibuat dan disimpan, penentuan lokasi dan model transportasi dan lain lain (Ningsih, 2010).

Kinerja Rantai Pasok

Beamon, 1999 mengemukakan bahwa untuk menilai suatu performa atau kinerja rantai pasok (*supply chain performance*) pada tingkat konsumen digunakan empat indikator yaitu fleksibilitas, kualitas makanan, responsif dan efisiensi biaya.

1) Fleksibilitas

Kinerja rantai pasok (*supply chain performance*) dengan indikator responsif berarti kecepatan atau kelincahan reaksi dari rantai pasokan dalam menanggapi kebutuhan pasar atau konsumen/pelanggan dalam menuntut perubahan untuk meningkatkan atau mempertahankan keunggulan kompetitif (SCOR, 2006)

Fleksibilitas adalah kemampuan perusahaan untuk beradaptasi yang mengarah ke persyaratan pelanggan, sebuah contoh dari fleksibilitas yang tinggi yaitu ketika memberikan produk kepada pelanggan pada jumlah, tempat dan waktu yang tepat (Cleveland, Schroeder, & Anderson, 1989).

Fleksibilitas dalam suatu *supply chain* haruslah mempunyai kemampuan untuk merespon perubahan yang terjadi baik itu perubahan yang datang dari dalam perusahaan sebaik dengan perubahan yang datang dari luar perusahaan (Swafford, 2000).

2) Responsif

Kinerja rantai pasok (*supply chain performance*) dengan indikator responisf adalah daya tanggap dalam merespon setiap masalah atau keluhan sehingga perusahaan mampu mengatasi setiap permasalahan dengan tepat dan cepat dalam menanggapi kebutuhan pasar atau konsumen/pelanggan dalam menuntut perubahan untuk meningkatkan atau mempertahankan keunggulan kompetitif (SCOR, 2006).

Semakin tinggi responsivitas suatu rantai pasok maka semakin tidak efisien suatu kinerja rantai pasok dan sebaliknya. Kesesuaian antara strategi rantai pasokan dan strategi kompetitif harus diwujudkan dalam aplikasi kebijakan perusahaan. Responsif, lebih mengarah pada daya tanggap dan cepat menanggapi apa yang menjadi masalah, kebutuhan dan aspirasi pelanggan yang dilayani.

3) Efisiensi Biaya

Dalam studi ini efisiensi diartikan sebagai pengelolaan biaya yang telah dikeluarkan oleh perusahaan untuk menghasilkan output bagi pelanggan berupa penentuan terhadap harga jual produk yang telah diolah oleh perusahaan dimana biaya biaya tersebut seperti biaya transportasi, biaya pengangkutan biaya tenaga kerja dll. (SCOR, 2006).

Efisiensi merupakan kemampuan perusahaan dalam menjalankan aktivitasnya untuk memperoleh hasil tertentu dengan menggunakan masukan (input yang rendah) untuk menghasilkan suatu keluaran yang (output) dan juga merupakan kemampuan untuk menyelesaikan suatu pekerjaan dengan benar (Dearden, 1997).

Efisiensi merupakan suatu kemampuan dalam menjalankan tugas dengan baik dan tepat dengan tidak membuang waktu, tenaga dan biaya. Salah satu cara dalam memperoleh laba adalah dengan mengurangi biaya yang dianggap tidak perlu sehingga efisiensi biaya sangat diperlukan dalam suatu perusahaan untuk menghemat anggaran belanja perusahaan. Meningkatkan efisiensi biaya merupakan sisi lain dari upaya ke arah peningkatan laba (Hariadi, 2005).

4) Kualitas

Menurut Kottler dan Armstrong (2006) kualitas produk adalah *"The ability of a product perform it's function"* yang berarti kemampuan suatu produk dalam memberikan kinerja sesuai dengan fungsinya. Kualitas yang sangat baik sangat menunjang dalam membangun kepercayaan konsumen sehingga merupakan tiang yang mendasar dalam kepuasan konsumen.

Sejalan dengan perkembangan sektor eceran, diferensiasi produk makanan yang semakin tinggi, perbaikan kualitas produk dan kemampuan untuk menyelenggarakan transportasi produk secara efektif dari sisi biaya, telah memberikan penawaran rangkaian alternatif pilihan produk yang lebih beragam bagi konsumen. Pada tingkat konsumen, kekuatan-kekuatan penghela yang mengubah sistem agribisnis diantaranya termasuk peningkatan sensitivitas konsumen terhadap aspek kualitas, keamanan, kesehatan dan nutrisi produk makanan. Konsumen juga mulai menunjukkan ketertarikan terhadap asal dan cara produksi produk makanan tersebut, bahkan termasuk hal-hal yang sebenarnya tidak berkaitan langsung dengan nilai produk makanan (*non-food values*) (Adiyoga, 2005).

Ada kalanya makanan yang tersedia tidak mempunyai bentuk yang menarik meskipun kandungan gizinya tinggi, dengan arti lain kualitas dari suatu produk makanan sangat ditentukan oleh tingkat kesukaan konsumen terhadap makanan tersebut. Umumnya pengolahan makanan selalu berusaha untuk menghasilkan produk yang berkualitas baik. Kualitas makanan adalah keseluruhan sifat-sifat dari makanan tersebut yang berpengaruh terhadap

konsumen. Definisi bahan makanan tambahan adalah bahan yang ditambahkan dengan sengaja ke dalam makanan dalam jumlah kecil, dengan tujuan untuk memperbaiki penampakan, cita rasa, tekstur flavor dan memperpanjang daya simpan (Wahida, 2010).

Kerangka Konseptual

Banyaknya usaha rumah makan yang menjual daging ayam kampung olahan dikota Makassar dewasa ini menimbulkan persaingan yang ketat bagi rumah makan Ayam Bakar Wong Solo. Persaingan dalam dunia bisnis rumah makan yang cukup ketat mengharuskan rumah makan Ayam Bakar Wong Solo melakukan perbaikan terhadap kinerja rantai pasok rumah makan dalam mengatasi dan mengantisipasi perubahan permintaan oleh pelanggan dengan mengutamakan kualitas, harga yang bersaing, dan persediaan produk yang tetap terkontrol agar tetap dapat mengembangkan dan merebut pangsa pasar (*marketshare*).

Kinerja rantai pasok perusahaan sangat menunjang keberhasilan perusahaan dalam memenangkan persaingan. Beberapa literatur menjelaskan bahwa kinerja rantai pasok perusahaan adalah seluruh rangkaian kegiatan untuk membawa bahan baku dari produsen hingga sampai ketangan konsumen. Serangkaian proses panjang tersebut harus dikelola dengan baik oleh rumah makan Ayam Bakar Wong Solo Cabang Makassar untuk menciptakan kepuasan terhadap pelanggan, sehingga pelanggan dapat menilai kemampuan dari kinerja rantai pasok rumah makan dalam menyediakan ayam bakar yang dibutuhkan oleh pelanggan yang dapat selalu tersedia pada waktu yang tepat, dengan kualitas dan kuantitas yang tepat, dan dengan harga yang sesuai.

METODOLOGI PENELITIAN

Rancangan Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah jenis penelitian deskriptif yaitu suatu jenis penelitian yang menggambarkan atau menjelaskan tentang suatu fenomena-fenomena/keadaan atau suatu jenis penelitian yang menjelaskan atau memaparkan suatu variabel-variabel tertentu. Pendekatan yang dilakukan pada penelitian ini adalah pendekatan survey, melalui pendekatan langsung terhadap perusahaan yang akan diteliti khususnya penilaian pelanggan terhadap kinerja rantai pasok rumah makan ayam bakar Wong Solo cabang Makassar.

Populasi dan Sampel

Dalam penelitian ini populasi yang digunakan adalah seluruh konsumen yang sedang melakukan pembelian di rumah makan Ayam Bakar Wong Solo Cabang Makassar, dengan target populasi adalah pelanggan yang frekuensi pembeliannya diatas tiga kali, karena populasi tidak terbatas maka ditetapkan sebanyak 100 orang responden kemudian seluruh populasi dijadikan sebagai responden dengan menggunakan sensus.

Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut :

- 1) Observasi yaitu melakukan pengumpulan data yang dilakukan melalui pengamatan langsung pada rumah makan Ayam Bakar Wong Solo Cabang Makassar.
- 2) Wawancara adalah pengumpulan data yang dilakukan melalui interview langsung dengan responden yakni pelanggan yang sedang berada di rumah makan Ayam Bakar Wong Solo Cabang Makassar. Untuk memudahkan dalam proses interview digunakan kuesioner atau daftar pertanyaan.

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan yaitu:

- 1) Data kualitatif, yaitu data yang berbentuk kata, kalimat maupun tanggapan responden mengenai penilaian pelanggan terhadap kinerja rantai pasok rumah makan Ayam Bakar Wong Solo Cabang Makassar.
- 2) Data kuantitatif, yaitu data yang berupa angka-angka berdasarkan hasil kuisioner yang diperoleh dari pelanggan atau responden rumah makan Ayam Bakar Wong Solo Cabang Makassar.

Adapun sumber data yang digunakan pada penelitian ini adalah :

- 1) Data primer yaitu data yang diperoleh secara langsung melalui wawancara dengan responden seperti: usia, jenis kelamin, dan pekerjaan.
- 2) Data sekunder yaitu data yang diperoleh dari sejarah singkat perusahaan, visi dan misi, letak dan lokasi perusahaan, kepustakaan serta penelitian terdahulu terkait dengan penelitian, dan jurnal-jurnal.

Analisa Data

Penilaian diperoleh dengan cara menjumlahkan hasil perkalian skor masing-masing skala. Tiap atribut pernyataan diberi skala dengan skor 1 sampai 5 dengan jumlah responden yang memilih pada skala tersebut. Perhitungan skor dilakukan sebagai berikut:

Nilai Tertinggi = Skor tertinggi
x jumlah responden x jumlah
Pertanyaan.

Nilai Terendah = Skor terendah
x jumlah responden x jumlah
Pertanyaan.

Dalam menginterpretasikan bagaimana penilaian pelanggan terhadap indikator kinerja rantai pasok rumah makan ayam bakar Wong Solo cabang Makassar maka

dibutuhkan suatu rentang kelas. Untuk mengetahui rentang kelas (*range*)

dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Range} = \frac{(\text{Jumlah skor tertinggi} - \text{Jumlah skor terendah})}{\text{Banyaknya skala pengukuran}}$$

Penilaian masing masing Indikator kinerja rantai pasokan rumah makan ayam bakar Wong Solo cabang Makassar oleh pelanggan yaitu dilakukan sebagai berikut:

Nilai Tertinggi : 5 x 100 x 1 = 500

Nilai Terendah : 1 x 100 x 1 = 100

$$\text{Range} = ((500 - 100))/5 = 400/5 = 80$$

Dari hasil tersebut dirumuskan sebagai berikut:

420 – 500= Sangat Tinggi

340 – 420= Tinggi

260 – 340 = Sedang

180 – 260= Rendah

100 – 180 = Sangat Rendah

Definisi Operasional

Konsep operasional dari lingkup penelitian ini digunakan batas-batas pengertian sebagai berikut:

- 1) Kinerja Rantai Pasok Rumah Makan adalah hasil kerja atau prestasi rumah makan yang ditunjukkan oleh pemasok terhadap rumah makan dengan kemampuan memberikan pelayanan dan mutu yang baik terhadap sajian menu ayam bakar kepada pelanggan.
- 2) Fleksibilitas adalah penilaian pelanggan terhadap kecepatan reaksi rumah makan dalam memenuhi jumlah/ volume permintaan/ kebutuhan pesanan ayam bakar yang sewaktu-waktu dapat berubah sesuai dengan kebutuhan pelanggan.
- 3) Kualitas Makanan adalah penilaian pelanggan terhadap kesesuaian rasa sajian menu ayam bakar yang disediakan oleh rumah makan ayam bakar Wong Solo cabang Makassar dengan selera pelanggan.
- 4) Responsif adalah penilaian pelanggan terhadap rumah makan dalam merespon keluhan pelanggan terhadap sajian

menu ayam bakar di rumah makan ayam bakar Wong Solo cabang Makassar

- 5) Efisiensi biaya adalah penilaian pelanggan terhadap kesesuaian harga dengan daya beli pelanggan terhadap menu ayam bakar yang disediakan oleh rumah makan ayam bakar Wong Solo cabang Makassar.
- 6) Pelanggan adalah konsumen rumah makan ayam bakar Wong Solo yang telah melakukan pembelian ayam bakar dirumah makan ayam bakar Wong Solo cabang Makassar dengan frekuensi pembelian diatas tiga kali.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Umum Responden

- 1) Umur

Pertambahan usia seseorang akan menyebabkan terjadinya perubahan jenis barang dan jasa yang mereka beli sebagai akibat dari perubahan kebutuhan hidup. Usia dapat mempengaruhi selera seseorang terhadap suatu produk

atau jasa. Kebutuhan dan selera seseorang akan berubah sesuai dengan usia. Pembeli dibentuk oleh tahap daur hidup keluarga. Sehingga pemilik rumah makan khususnya ayam bakar hendaknya memperhatikan perubahan minat

pembeli yang terjadi yang berhubungan dengan daur hidup manusia.

Adapun klasifikasi responden berdasarkan tingkat umur di Rumah Makan ayam Bakar Wong Solo cabang Makassar, dapat dilihat pada tabel 1 berikut ini :

Tabel 1.Keadaan Responden Berdasarkan Umur di R.M Wong Solo Makassar.

No.	Umur (tahun)	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	19 – 23	7	7,00
2	24 – 28	17	17,00
3	29 – 33	16	16,00
4	34 – 38	23	23,00
5	39 – 43	16	16,00
6	44 – 48	15	15,00
7	49 – 53	6	6,00
Jumlah		100	100

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2012.

2) Jenis Kelamin

Jenis kelamin merupakan indikator yang berpengaruh terhadap konsumsi suatu produk barang atau jasa di suatu warung ataupun rumah makan. Dalam perbedaan jenis kelamin berpengaruh nyata terhadap tingkat konsumsi suatu produk. Itu dapat dilihat dari banyaknya aktifitas yang dilakukan serta selera masyarakat yang berubah sesuai dengan gaya hidup. Hal ini sesuai dengan pendapat Simamora (2002) yang menyatakan bahwa

konsumsi suatu produk barang atau jasa di suatu rumah makan sangat dipengaruhi oleh perbedaan jenis kelamin berpengaruh nyata terhadap tingkat konsumsi suatu produk, Itu dapat dilihat dari banyaknya aktifitas yang dilakukan serta selera yang berbeda pula.

Adapun klasifikasi responden berdasarkan jenis kelamin pada Rumah Makan ayam Bakar Wong Solo cabang Makassar, dapat terlihat pada tabel 2 berikut :

Tabel 2. Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin di Rumah Makan ayam Bakar Wong Solo cabang Makassar.

No.	Jenis Kelamin	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Laki-laki	47	47,00
2	Perempuan	53	53,00
Jumlah		100	100

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2012

3) Pekerjaan

Pekerjaan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi pola pembelian seseorang. Seseorang

yang memiliki pekerjaan yang berbeda dengan orang lain tentunya akan memiliki pola konsumsi terhadap suatu produk juga akan berbeda

baik dalam hal jenis maupun dalam hal jumlah. Dengan demikian pemilik Rumah Makan ayam Bakar Wong Solo cabang Makassar dapat mengidentifikasi kelompok yang berhubungan dengan jabatan yang

mempunyai minat atas rata-rata terhadap produk mereka.

Adapun klasifikasi responden berdasarkan jenis pekerjaan di Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo Cabang Makassar, terlihat pada tabel 3 berikut ini :

Tabel 3. Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan di Rumah Makan ayam Bakar Wong Solo cabang Makassar.

No.	Jenis Pekerjaan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Wiraswasta	31	12,00
2	Pegawai Negeri Sipil	22	23,00
3	POLRI/TNI	7	7,00
4	Pegawai Swasta	32	32,00
5	Pelajar/Mahasiswa	5	5,00
6	Ibu Rumah Tangga	3	3,00
	Jumlah	100	100

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2012

Deskripsi Terhadap Kinerja Rumah Makan

1) Fleksibilitas

Fleksibilitas merupakan salah satu indikator dari kinerja rantai pasok perusahaan yang menjelaskan tentang kecepatan reaksi terhadap perubahan volume atau jumlah permintaan dalam menanggapi dan memenuhi setiap kebutuhan pasar maupun pelanggan

yang dikelola perusahaan sehingga output yang diberikan kepada pelanggan mampu memberikan kepuasan terhadap pelanggan (SCOR, 2006). Penilaian pelanggan terhadap indikator fleksibilitas yang diukur dengan menilai kecepatan reaksi rumah makan dalam memenuhi jumlah kebutuhan ayam bakar pelanggan dapat dilihat pada tabel frekuensi berikut:

Tabel 4. Penilaian pelanggan terhadap tingkat fleksibilitas

No.	Uraian	Skor	Frekuensi (orang)	Persentase (%)	Bobot
1	Sangat Cepat	5	35	35,00	175
2	Cepat	4	34	34,00	136
3	Cukup Cepat	3	13	13,00	39
4	Kurang Cepat	2	7	7,00	14
5	Tidak Cepat	1	8	8,00	8
	Total		100	100	372

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2012

Pada Tabel 4. Menunjukkan bahwa penilaian pelanggan terhadap kinerja rantai pasok rumah makan terhadap indikator fleksibilitas atau kecepatan reaksi rumah makan dalam memenuhi jumlah pesanan pelanggan yaitu sebagian besar responden yakni sekitar 69,00% menyatakan

kinerja rantai pasok rumah makan ayam bakar Wong Solo cabang Makassar fleksibel atau cepat dalam memenuhi jumlah pesanan pelanggan, sedangkan sekitar 15,00% atau 15 orang responden menilai rumah makan ayam bakar Wong Solo cabang Makassar tidak fleksibel

dalam memenuhi jumlah pesanan ayam bakar pelanggan. Hal ini disebabkan karena pelanggan rumah makan yang terus menerus berdatangan mendesak rumah makan untuk selalu bergerak dan bereaksi cepat dan lincah dalam menyediakan pasokan ayam bakarnya sehingga mampu mengatasi dan mengantisipasi perubahan-perubahan kebutuhan pelanggan dan senantiasa memiliki ketersediaan ayam bakar sehingga setiap pelanggan yang datang dengan permintaan ayam bakar yang berbeda dari segi jumlah maka rumah makan mampu memenuhi dan menyediakan pesanan tersebut.

Total skor untuk penilaian pelanggan terhadap indikator fleksibilitas (kecepatan reaksi dalam memenuhi jumlah pesanan/permintaan ayam bakar) kinerja rantai pasok rumah makan ayam bakar Wong Solo cabang Makassar berada pada skor (340 – 420) yaitu 372, dengan kategori tinggi. Hal ini berarti bahwa penilaian responden terhadap fleksibilitas kinerja rantai pasok rumah makan ayam bakar

Wong Solo cabang Makassar disebabkan karena fleksibilitas atau kecepatan reaksi dalam memenuhi jumlah atau volume permintaan ayam bakar harus mampu secara cepat menanggapi perubahan permintaan para pelanggan dengan agregat yang berubah-ubah pula.

2) Kualitas

Kualitas makanan dijelaskan sebagai suatu harapan atau keinginan pelanggan terhadap suatu produk makanan yang dirasakan atau diterima dengan yang sesungguhnya dengan kata lain terjadi kesesuaian antara apa yang dirasakan dengan apa yang diinginkan (Parasuraman, 1990). Kepuasan oleh pelanggan terhadap kualitas makanan tersebut tercipta karena adanya kesesuaian kualitas rasa makanan dengan selera pelanggan. Penilaian pelanggan terhadap indikator kualitas makanan (rasa) yang disajikan oleh rumah makan ayam bakar Wong Solo yang diukur dengan melihat kesesuaian selera pelanggan dengan kualitas rasa ayam bakar dapat dilihat pada tabel frekuensi berikut:

Tabel 5. Penilaian pelanggan terhadap kualitas makanan (rasa) dengan kesesuaian selera pelanggan

No.	Uraian	Skor	Frekuensi (orang)	Persentase (%)	Bobot
1	Sangat Sesuai	5	19	19	95
2	Sesuai	4	41	41	164
3	Cukup Sesuai	3	21	21	63
4	Kurang Sesuai	2	17	17	34
5	Tidak Sesuai	1	2	2	2
Total			100	100	358

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2012.

Pada Tabel 2. Terlihat bahwa penilaian pelanggan terhadap kualitas makanan (rasa) yang disesuaikan dengan selera pelanggan rumah makan ayam bakar Wong Solo cabang Makassar yaitu sebanyak 60,00% responden menganggap bahwa kualitas rasa ayam bakar yang disajikan yaitu menunjukkan kesesuaian terhadap selera pelanggan, sedangkan terdapat 19 responden dengan persentase 19,00% pelanggan menganggap bahwa

rumah makan ayam bakar Wong Solo cabang Makassar kualitas makanan (rasa) dengan selera pelanggan tidak sesuai. Kualitas makanan terutama rasa sangat diperlukan untuk memberikan kepuasan terhadap pelanggan sehingga pelanggan akan tetap datang untuk memenuhi selera mereka, kesesuaian selera inilah yang menciptakan rasa puas oleh pelanggan dikarenakan kualitas rasa yang tepat lidah pelanggan, hal ini

sangat penting bagi rumah makan ayam bakar Wong Solo cabang Makassar karena kualitas makanan dengan rasa yang sesuai dengan selera pelanggan tentu saja akan membuat pelanggan tetap setia untuk merasakan kembali makanan yang mereka pesan sebelumnya sehingga rumah makan akan terus mempertahankan dan terus berinovasi agar sajian ayam bakar tetap memiliki kualitas yang terjaga dengan rasa yang mampu membuat para pelanggan tetap memilih untuk makan di rumah makan tersebut.

Total skor untuk penilaian pelanggan terhadap kualitas makanan (rasa) dengan kesesuaian selera pelanggan berada pada skala (260-340) yaitu 358, dengan kategori tinggi. Hal ini berarti bahwa menurut jawaban responden kualitas makanan (rasa) sajian menu ayam bakar di rumah makan ayam bakar Wong Solo cabang Makassar dengan selera pelanggan harus diperhatikan karena suatu makanan selain dari segi nutrisi yang baik, rasa yang nikmat merupakan salah satu hal yang dibutuhkan oleh

pelanggan untuk memenuhi selera mereka dalam menikmati makanan yang mereka pilih. Kualitas makanan (rasa) ayam bakar penting untuk diperhatikan oleh rumah makan ayam bakar Wong Solo cabang Makassar mengingat hal ini sangat menentukan keberhasilan persaingan suatu usaha rumah makan agar para pelanggan tetap setia karena merasa puas terhadap apa yang mereka telah bayar sehingga pelanggan akan tetap datang untuk sekedar memenuhi kebutuhan mereka akan produk makanan yang berkualitas.

3) Responsif

Responsif merupakan daya tanggap dalam merespon setiap masalah atau keluhan sehingga perusahaan mampu mengatasi setiap permasalahan dengan tepat dan cepat (Mursyid, 2010). Untuk melihat gambaran terhadap indikator responsif yang diukur dengan penilaian pelanggan terhadap respon rumah makan terhadap keluhan pelanggan terkait dengan kinerja rantai pasok rumah makan adalah sebagai berikut:

Tabel 6. Penilaian pelanggan terhadap responsif (respon rumah makan terhadap keluhan pelanggan terkait sajian ayam bakar)

No.	Uraian	Skor	Frekuensi (orang)	Persentase (%)	Bobot
1	Sangat Merespon	5	23	23	115
2	Merespon	4	43	43	172
3	Cukup Merespon	3	23	23	69
4	Kurang Merespon	2	11	11	22
5	Tidak Merespon	1	0	0	0
Total			100	100	378

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2012

Data pada Tabel 3. Menunjukkan bahwa sebagian besar responden yakni sebanyak 66 orang responden dengan persentase 66,00% menilai bahwa kinerja rumah makan terhadap indikator responsif yaitu berada pada kategori merespon atau dengan kata lain rumah makan ayam bakar Wong Solo cabang Makassar merespon keluhan pelanggan

terhadap pesanan ayam bakarnya, namun sekitar 11 responden atau 11,00% menyatakan bahwa rumah makan ayam bakar Wong Solo tidak merespon keluhan pelanggan terkait dengan menu ayam bakar yang telah dipesan. Sebagian besar pelanggan menilai bahwa rumah makan ayam bakar Wong Solo cabang Makassar memiliki

responsifitas yang baik dalam menanggapi dan mengatasi keluhan pelanggan terkait menu ayam bakar yang disediakan, hal ini sangat penting diperhatikan sebab kinerja rantai pasok rumah makan khususnya terhadap indikator responsif atau respon terhadap masalah atau keluhan pelanggan terkait menu ayam bakar yang disajikan sangat mempengaruhi kepuasan pelanggan sebab jika masalah atau keluhan tersebut tidak segera ditangani maka akan mempengaruhi kemampuan dan eksistensi rumah makan dalam mempertahankan keunggulan dalam bersaing serta berimbang terhadap kepuasan para pelanggannya.

Total skor untuk penilaian pelanggan terhadap tingkat responsif rumah makan terhadap pelanggan yang berada pada skala (340-420) yaitu 348, dengan kategori tinggi. Hal ini berarti bahwa responsifitas sebuah rumah makan harus memiliki daya tanggap dan kecepatan yang tinggi dalam merespon segala permasalahan dan keluhan pelanggan

yang sifatnya spontan sehingga mampu memberikan umpan positif bagi rumah makan ayam bakar Wong Solo cabang Makassar.

4) Efisiensi Biaya

Efisiensi biaya dijelaskan sebagai suatu pengelolaan biaya yang telah dikeluarkan oleh perusahaan untuk menghasilkan output bagi pelanggan berupa penentuan terhadap harga jual produk oleh perusahaan. (Beamon, 1999). Harga yang ditetapkan terhadap suatu produk maupun jasa dinilai oleh pelanggan sebagai suatu kepastian pasar namun harga tersebut harus disesuaikan dengan daya beli masyarakat sehingga terjadi proses transaksi yang seimbang. Indikator efisiensi biaya bagi pelanggan di dalam penelitian ini diukur dengan melihat kesesuaian harga produk ayam bakar dengan daya beli pelanggan di rumah makan ayam bakar Wong Solo cabang Makassar dapat dilihat pada tabel frekuensi berikut:

Tabel 7. Penilaian pelanggan terhadap indikator efisiensi biaya diukur dengan tingkat kesesuaian harga yang ditetapkan oleh rumah makan dengan daya beli pelanggan.

No.	Uraian	Skor	Frekuensi (orang)	Persentase (%)	Bobot
1	Sangat Sesuai	5	12	12	60
2	Sesuai	4	17	17	58
3	Cukup Sesuai	3	35	35	105
4	Kurang Sesuai	2	28	28	56
5	Tidak Sesuai	1	8	8	8
Total			100	100	287

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2012

Pada Tabel 4. Penilaian pelanggan terhadap kinerja rantai pasok Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo Cabang Makassar terhadap indikator efisiensi biaya atau penilaian pelanggan terhadap kesesuaian harga ayam bakar per porsi yang ditetapkan oleh rumah makan ayam bakar Wong Solo cabang Makassar dengan kemampuan daya beli pelanggan yaitu

sekitar 29 orang responden atau 29,00% pelanggan menilai bahwa harga yang ditetapkan oleh rumah makan untuk per porsi yaitu sesuai dengan daya beli bagi pelanggan, dan sebanyak 36 orang responden atau 36% yang menyatakan bahwa harga yang ditetapkan rumah makan ayam bakar Wong Solo untuk sajian per porsi ayam bakarnya yakni

kurang sesuai. Dalam penelitian ini efisiensi biaya dari rumah makan diterjemahkan sebagai harga yang harus dibayar oleh pelanggan atas apa yang telah mereka peroleh yang disesuaikan dengan kemampuan daya beli, sebagian besar pelanggan menilai bahwa harga yang telah ditetapkan oleh rumah makan untuk sajian ayam bakar per porsi terdapat tidak sesuai.

Total skor untuk penilaian pelanggan dengan indikator efisiensi pada skala (260-340) yaitu 287, yang berada pada kategori cukup tinggi. Hal ini berarti bahwa menurut jawaban responden penilaian pelanggan terhadap kinerja rumah makan pada indikator efisiensi biaya terhadap kesesuaian harga jual dengan daya beli pelanggan tergolong cukup sesuai atau cukup efisien, hal ini dikarenakan harga bahan baku ayam kampung relatif stabil pada tingkat harga yang relatif mahal dibandingkan dengan ayam pedaging sehingga berpengaruh terhadap harga jual, kemampuan secara efisien dalam mengelola biaya oleh rumah makan ayam bakar Wong Solo cabang Makassar kemudian ditetapkan sebagai harga jual produk akan memberikan dampak terhadap sebagian pelanggan dengan daya beli rendah..

KESIMPULAN

Kesimpulan yang dapat ditarik dari penilaian pelanggan terhadap kinerja rantai pasok rumah makan ayam bakar Wong Solo cabang Makassar bahwa sebagian besar pelanggan menilai bahwa fleksibilitas, kualitas makanan dan responsif dalam kinerja rantai pasokan rumah makan ayam bakar Wong Solo cabang Makassar berada pada kategori tinggi.

DAFTAR RUJUKAN

Adiyoga. 2008. *Fungsi Perbaikan Kualitas Dalam Rantai Pasokan*. Jakarta

Gramedia Widiasarana Indonesia.

Maulana, Agus, 1997. *Akuntansi Manajemen*. Pusat Pendidikan Akuntansi. Yogyakarta.

Ahmad, 2012. *Budidaya Ayam Kampung Pedaging*. Detikcom. Diakses pada bulan Maret 2012.

Anggraeni, Widya. 2009. *Pengukuran Kinerja Rantai Pasokan*. Fakultas Teknologi Industri Universitas Gunadarma.

Hariadi, Bambang. 2005. *Sistem Pengendalian Manajemen*. Universitas Gadjah Mada

Beamon, BM (1999). *Measuring Supply Chain Performance*. International Journal of Mengukur kinerja rantai pasokan. Jurnal Internasional.

Chopra, Sunil. 2007. *Supply Chain: Strategy, Planning, & Operation*, 3rd Edition. Pierson Prentice Hall.

Christopher, Martin. 1998. *Logistics and Supply Chain, Strategy for Reducing Cost and Improving Service*. London: Prentice Hall Inc.

Cleveland, G., Schroeder, RG, & Anderson, JC (1989). A theory of production Sebuah teori produksi competence. *Decision Sciences*, 20 (4), 655-668. kompetensi. *Decision Sciences*, 20 (4), 655-668

Febriansyah, Ade. 2003. *Leagile Supply Chain*. http://202.59.162.82/swa_majalah. Diakses pada bulan maret 2012

- Guritno, Bambang dan Waridin. 2005. Pengaruh Persepsi Karyawan Mengenai Perilaku Kepemimpinan, Kepuasan Kerja Dan Motivasi Terhadap Kinerja. JRBI. Vol 1. No 1. Hal: 63-74.
- Kolakata, Ravi. 2000. *Rodmap For Success: Supply Chain*. Addison Wesley
- Kottler dan Amstrong. 2006. *The Ability Of A Prosucl It'a Function*. Sturt University
- Manalu, Lia. 2010. *Defenisi Kinerja Dan Pengukuran Kinerja Akuntansi Sektor Publik*, Jakarta.
- Moh As'ad. 2003. *Psikologi Industri*. Yogyakarta: Libery.
- Mursyid, Habusarani. 2010. *Strategi Penerapan Kinerja Karyawan*. Gramedia pustaka utama, Jakarta.
- Ningsih, Utami. 2011. *Supply Chain: Rantai Pasok, Supply Chain, StrategyFit, Supply Chain, Value Chain*.
- Parasuraman. 1990. *Persepsi Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan*. The Free Press.
- Poluha, 2006. *Aktivitas-Aktifitas Dalam Rantai Nilai*. Surabaya: Merentas Mimpi
- Porter, Michael E. 1993. *Keunggulan Bersaing Menciptakan Dan Mempertahankan Kinerja Unggul*. Jakarta: Erlangga.
- Pujawan, I Nyoman, 2005. *Supply Chain*. Surabaya : Penerbit Guna Widya
- Purba, Frans. 2010. *Strategi Dalam Penerapan Supply Chain Dalam Pola Manajemen Perusahaan*. Jakarta: Suara Hati Nurani Anak Bangsa.
- Rivai, Veithzal dan Basri. 2005. *Performance Appraisal: Sistem Yang Tepat Untuk Menilai Kinerja Karyawan Dan Meningkatkan Daya Saing Perusahaan*. Rajagrafindo Persada. Jakarta.
- SCOR. (2006). *Supply Chain Council*.
- Simamora. 2002. *Riset Perilaku Kosumen*. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Perkasa, Subhan, P. 2007. *Pengaruh Iklim Organisasi Terhadap Kinerja Krayawan* Universitas Padjajaran.
- Swafford, G. 2005. *kinerja dan keunggulan kompetitif*. Universitas Toledo.
- Tika, P. 2006. *Budaya Organisasi Dan Peningkatan Kinerja Perusahaan*. PT Bumi Aksara. Jakarta.
- Wibowo. 2007. *Manajemen Kinerja*. Pustaka Indonesia. Jakarta.