



Rantai Pasok, *Cost Production* Dan Penentuan Kinerja Penjualan Pada UMKM Di Kota Palembang

Angel Charterlina¹

¹Universitas Katolik Misi Charitas Palembang

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh rantai pasok dan *Cost Production* terhadap kinerja penjualan pada UMKM di kota Palembang. Sektor UMKM di Palembang mengalami perkembangan positif, dengan sektor kuliner mendominasi. Namun, UMKM kuliner menghadapi tantangan persaingan yang ketat dan kesulitan dalam memasarkan produk ke pasar yang lebih luas. Manajemen rantai pasok yang baik dapat berpengaruh pada penentuan *cost production*. Pengelolaan biaya produksi yang efektif penting untuk menetapkan harga jual produk yang sesuai dan meningkatkan kinerja penjualan. Data yang digunakan adalah data primer. Populasi yang dalam penelitian ini adalah UMKM di kota Palembang. Dengan sampel berupa usaha pempek yang berada di Kota Palembang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah metode *convenience sampling* dan diperoleh 49 sampel. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini dengan melakukan uji asumsi klasik dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa rantai pasok tidak berpengaruh terhadap *Cost Production*. *Cost Production* tidak berpengaruh terhadap kinerja penjualan.

Kata Kunci: Rantai Pasok, *Cost Production*, Kinerja Penjualan.

Abstract

This study aims to determine the effect of supply chain and Cost Production on sales performance at MSMEs in the city of Palembang. The MSME sector in Palembang has experienced positive development, with the culinary sector dominating. However, culinary MSMEs face challenges of intense competition and difficulties in marketing their products to a wider market. Good supply chain management can influence the determination of production costs. Effective production cost management is important for setting appropriate product selling prices and increasing sales performance. The data used is primary data. The population in this study is UMKM in the city of Palembang. With the sample in the form of pempek businesses in Palembang City. The sampling technique used was convenience sampling method and 49 samples were obtained. The data analysis technique used in this study was to test the classical assumptions and test the hypothesis. The results of this study indicate that the supply chain has no effect on Cost Production. Cost Production has no effect on sales performance.

Keywords: *Supply Chain, Cost Production, Sales Performance.*

PENDAHULUAN

Palembang memiliki kekayaan kuliner yang khas, unik serta beragam, dan banyak di antaranya telah menjadi ikon kuliner di Indonesia. Kuliner yang berkembang di Palembang berfokus pada makanan tradisional, seperti pempek, tekwan, dan model yang sering menjadi cendera mata pelancong (Iriani, 2019). Kinerja penjualan UMKM dipengaruhi oleh banyak faktor, seperti kondisi ekonomi, persaingan usaha, kualitas produk dan layanan, serta kemampuan pemasaran. Kinerja penjualan yang baik dapat membawa manfaat seperti peningkatan omzet, peningkatan laba, dan peningkatan reputasi bisnis di mata konsumen (Kotler & Keller, 2016). Pada beberapa tahun terakhir, sektor UMKM di Palembang mengalami perkembangan yang positif. Menurut data dari Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Sumatera Selatan pada tahun 2019, terdapat 39.055 UMKM di Palembang yang telah terdaftar dan memiliki izin usaha. Dari jumlah tersebut, sektor kuliner mendominasi dengan 29,28%, diikuti oleh sektor jasa sebesar 28,89%, dan sektor perdagangan sebesar 23,86% .

Berdasarkan data yang diperoleh dari Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia, diketahui jumlah UMKM Pempek di Kota Palembang terdapat sebanyak 3.006 pelaku usaha. Pada tahun 2020, omzet penjualan UMKM di Kota Palembang turun hingga mencapai 80 %. Dikarenakan penerapan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat atau PPKM yang menyebabkan pengurangan mobilitas kegiatan masyarakat oleh peraturan pemerintah (Rosana, 2021). Setelah memasuki era *new normal*, banyak orang tertarik untuk membuka bisnis kuliner lagi dikarenakan tidak membutuhkan biaya yang terlalu besar dan dapat dilakukan oleh semua kalangan masyarakat (Safaruddin et al., 2021). UMKM kuliner di Palembang juga menghadapi beberapa tantangan dalam pengembangan usaha mereka, seperti persaingan yang semakin ketat dari usaha kuliner yang lebih modern dan global, serta tantangan dalam memasarkan produk mereka ke pasar yang lebih luas (Kusuma, 2019). Persaingan bisnis yang terjadi antar usaha yang semakin ketat mendorong pelaku usaha untuk menghasilkan kinerja terbaik.

Cost production akan menjadi lebih efektif dan efisien, apabila pengusaha mampu menciptakan rantai pasok yang efisien dan efektif. Konsep rantai pasokan merupakan konsep yang melihat seluruh kegiatan usaha sehingga bisa terintegrasi, dengan usaha pada bagian awal (*upstream*) dalam menyediakan bahan baku dan integrasi pada bagian akhir (*downstream*) dalam proses distribusi dan pemasaran produk (Kambey et.al, 2016). Manajemen rantai pasokan adalah seluruh pihak yang terkait, baik secara langsung maupun tidak langsung dalam memenuhi permintaan dan kebutuhan konsumen (Chopra dan Meindly, 2015).

Dengan manajemen rantai pasok yang baik dapat berpengaruh ke penentuan *cost production*. *Supply chain management* terhadap proses produksi juga dapat dibuktikan melalui penelitian yang dilakukan Zulfahmi, et al (2018) yang menyatakan bahwa *supply chain management* sangat memungkinkan tercapainya peningkatan dalam proses produksi, serta dapat menghasilkan informasi terkait perencanaan produksi yang akan membantu kegiatan produksi. Dalam rantai pasok, biaya produksi dapat ditentukan oleh banyak faktor, seperti bahan baku, pengolahan, transportasi, dan biaya tenaga kerja (Chopra dan Meindly, 2015). Peranan rantai pasok terhadap penentuan *cost production* dapat mempengaruhi biaya produksi melalui berbagai cara, seperti pengendalian inventaris, manajemen persediaan, pengelolaan risiko, serta pengelolaan kualitas dan efisiensi operasional (Krajewski et.al 2015). Semua faktor ini berkontribusi pada *cost production* dan akhirnya mempengaruhi kinerja penjualan perusahaan.

Semakin besar *Net Profit Margin*, maka kinerja perusahaan akan semakin produktif (Rimbani, 2016). Kinerja penjualan dapat dipengaruhi oleh biaya produksi karena harga jual produk yang ditetapkan oleh usaha harus dapat bersaing dengan harga produk sejenis yang ditawarkan oleh pesaing. Jika harga jual produk usaha terlalu tinggi karena biaya produksi yang mahal, maka usaha akan kehilangan daya saing di pasar dan penjualan akan menurun. Sebaliknya, jika usaha dapat menetapkan harga jual produk yang lebih terjangkau karena biaya produksi yang rendah, maka akan meningkatkan daya saing di pasar dan kinerja penjualan akan meningkat (Horngren & Rajan, 2012). Oleh karena itu, perlu melakukan pengelolaan biaya produksi dengan baik agar dapat menetapkan harga jual produk yang sesuai dengan harga pasar dan meningkatkan kinerja penjualan (Garrison & Brewer, 2014). Berdasarkan latar belakang yang telah di kemukakan di atas, maka dalam penelitian ini penulis mengambil judul **“Rantai pasok , *cost production* dan penentuan kinerja penjualan pada UMKM di Kota Palembang (Studi Empiris Usaha Pempek di Kota Palembang)”**.

KAJIAN PUSTAKA

A. Rantai Pasok

Menurut Muhammad (2014), rantai pasok merupakan jaringan hubungan antara perusahaan-perusahaan yang terlibat dalam memasok bahan baku, memproduksi barang, maupun mengirimkannya ke konsumen akhir. Analisis rantai pasok adalah kerangka analisis yang saat ini sangat menarik untuk digunakan dalam pengukuran dan upaya peningkatan nilai tambah, serta daya saing dalam suatu industri. Efisiensi pemasaran merupakan salah satu indikator untuk mengetahui tingkat keberhasilan suatu rantai pasok. (Yolandika et.al, 2017). Secara horizontal, terdapat 5 komponen utama atau pelaku dalam *supply chain*, yaitu *supplier* (pemasok), *manufacture* (pabrik pembuat barang), distributor (pedagang besar), *retailer* (pengecer), *customer* (pelanggan). Secara Vertikal, terdapat 4 komponen utama *supply chain*, yaitu pembeli (*buyer*), pengangkut (*transporter*), penyimpanan (*warehouse*), dan penjual (*seller*).

B. Cost Production

Menurut Mulyadi (2018) Biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi, yang dinilai dalam satuan uang, yang sudah terjadi atau belum terjadi untuk suatu tujuan tertentu. *Cost Production* adalah biaya yang digunakan untuk membuat atau mengolah bahan baku hingga menjadi barang setengah jadi ataupun barang jadi yang siap untuk dipasarkan (Hariyani, 2018). Biaya produksi terbagi menjadi beberapa bagian, yaitu sebagai berikut: biaya bahan baku langsung (*direct material*), biaya tenaga kerja langsung (*direct labor*) dan biaya overhead pabrik (*factory overhead*). Secara garis besar, *Cost Production* di bagi menjadi 3 yaitu : biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead (Muhammad & Indah, 2020).

C. Kinerja Penjualan

Menurut Mocheriono (2012) kinerja adalah suatu gambaran tentang pelaksanaan program kegiatan untuk mewujudkan suatu sasaran, tujuan, visi dan misi organisasi dituangkan dalam perencanaan strategis. Suatu kinerja usaha ditunjukkan melalui keberhasilan perusahaan pada saat menjalankan proses penjualannya. Penjualan merupakan suatu ilmu yang dilakukan oleh penjual, untuk mengajak orang lain bersedia membeli barang atau jasa yang ditawarkan (Hendrawan et.al, 2019). Adapun volume penjualan adalah jumlah barang atau jasa yang terjual dalam proses pertukaran (Pradiani, 2017). Konsep dari penjualan adalah berbentuk usaha yang bisa meyakinkan konsumen saat membeli produk. Kinerja penjualan yang baik dijelaskan dalam tiga hal utama, yaitu nilai penjualan, pertumbuhan penjualan dan porsi pasar, yang pada akhirnya berujung pada keuntungan perusahaan.

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah studi empiris. Penelitian ini dilakukan untuk menguji secara empiris pengaruh rantai pasok terhadap penentuan *cost production* yang berpengaruh ke penentuan kinerja penjualan pada UMKM di kota Palembang.

B. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah UMKM yang berada di Kota Palembang dengan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah usaha pempek yang berada di Kota Palembang. Pemilik usaha sebagai unit analisis atau pihak yang akan diuji. Dalam pengambilan sampel peneliti menggunakan teknik *convenience sampling*. *Convenience Sampling* adalah teknik

mengumpulkan data riset pasar dari kumpulan responden yang tersedia secara bebas (Sugiyono, 2015). Teknik pengambilan sampel ini yang paling umum digunakan karena sangat cepat, tidak rumit, dan ekonomis.

C. Jenis Dan Teknik Pengumpulan Data Penelitian

Jenis data yang digunakan adalah data primer. Menurut Sugiyono (2015) data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari pihak pertama, peneliti mendapatkan hasil data kuesioner dari responden. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode survei untuk mengumpulkan data melalui menyebarkan kuesioner. Data yang diperoleh dari responden akan diolah dan analisis menggunakan aplikasi SPSS.

D. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

1. Rantai Pasok

Rantai pasok adalah suatu sistem yang terdiri dari berbagai tahapan atau aktivitas yang terkait dalam memenuhi permintaan produk atau jasa dari pelanggan. Rantai pasok ini meliputi pengadaan bahan baku, produksi, distribusi, hingga pengiriman kepada konsumen akhir (Chopra & Meindl, 2016). Indikator dari rantai pasok meliputi Tingkat keandalan pasokan (*supply reliability*), Waktu pengiriman produk (*lead time*), Tingkat persediaan barang (*inventory level*), Biaya operasional rantai pasok (*supply chain cost*), dan Kinerja pemasok (*supplier performance*).

2. Cost Production

Cost Production adalah pengeluaran yang dikeluarkan untuk memproduksi suatu barang atau jasa. Biaya produksi terdiri dari berbagai jenis biaya, seperti biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, biaya overhead pabrik, biaya pemeliharaan mesin, biaya pengepakan, dan biaya distribusi (Lestari dan Dhyka, 2017). Perhitungan biaya produksi yang akurat dapat membantu perusahaan dalam menentukan harga jual yang sesuai dengan pasar serta memastikan bahwa perusahaan mampu menghasilkan keuntungan yang cukup. Menurut Jiambalvo (2014) indikator dalam biaya produksi meliputi : Metode *Cost Accounting* Tradisional dan Metode *Activity Based Costing* (ABC)

3. Kinerja Penjualan

Kinerja penjualan adalah parameter yang digunakan untuk mengukur kinerja dalam menjual produk atau jasa (Kotler & Keller, 2015). Kinerja penjualan merupakan indikator utama yang digunakan untuk mengukur keberhasilan sebuah usaha dalam memasarkan produk atau jasa mereka kepada konsumen (Kotler & Keller, 2016). Menurut Homburg et.al (2017) indikator dari kinerja penjualan meliputi Omzet penjualan (*sales revenue*), Tingkat keuntungan (*profit margin*), Retensi pelanggan (*customer retention*), dan Tingkat kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*).

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Demografi Responden

Tabel 1. Demografi Responden

Identitas Responden	Keterangan	Jumlah Responden	Persentase
Jenis Kelamin	Laki-laki	15	30,6%
	Perempuan	34	69,4%
Total		49	100%
Lama Usaha	<1 tahun	1	2 %
	1-5 tahun	28	57,1%
	6-10 tahun	16	32,7%
	11-15 tahun	2	4,1%
	>15 tahun	2	4,1%
Total		49	100%
Omzet Per Tahun	< Rp 100.000.000	35	71,4%
	> Rp 100.000.000	14	28,6%
Total		49	100%
Rantai Pasok	<i>Supplier 1</i>	32	65,3%
	<i>Supplier 2</i>	16	32,7%
	<i>Supplier 3</i>	1	2 %
	<i>Supplier 4</i>	0	0%
Total		49	100%

Sumber : Data diolah (2023)

B. Statistik Deskriptif

Tabel 2. Statistik Deskriptif

Variabel	Kisaran Teoritis	Kisaran Aktual	Mean	Standar Deviasi
Rantai Pasok	4-24	18-24	21,57	1,860
<i>Cost Production</i>	5-30	13-30	23,06	4,190
Kinerja Penjualan	5-30	20-30	26.80	2,424

Sumber : Data diolah (2023)

C. Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Hasil Uji Validitas

Tabel 3. Tabel Hasil Uji Validitas

Item Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
<i>Rantai Pasok</i>			
RP_1	0,715	0,276	Valid
RP_2	0,781	0,276	Valid
RP_3	0,799	0,276	Valid
RP_4	0,555	0,276	Valid
<i>Cost Production</i>			
CP_1	0,863	0,276	Valid
CP_2	0,775	0,276	Valid
CP_3	0,676	0,276	Valid
CP_4	0,332	0,276	Valid
CP_5	0,713	0,276	Valid
<i>Kinerja Penjualan</i>			
KP_1	0,867	0,276	Valid
KP_2	0,876	0,276	Valid
KP_3	0,862	0,276	Valid
KP_4	0,777	0,276	Valid
KP_5	0,760	0,276	Valid

Sumber : Data diolah (2023)

Dalam sebuah penelitian dilakukan uji validitas dan reliabilitas bertujuan untuk mengetahui bahwa angket atau kuesioner yang digunakan untuk mengumpulkan data bersifat andal dan valid sehingga dapat dipertanggung jawabkan interpretasi datanya.

Berdasarkan tabel 3, hasil uji validitas dari hasil pengamatan pada r tabel dari jumlah sampel (N=49) adalah sebesar 0,276 dengan tingkat signifikansi 5% menunjukkan bahwa seluruh pertanyaan memiliki nilai r hitung lebih besar dari r tabel, sehingga semua item pertanyaan kuesioner variabel Rantai Pasok, *Cost Production*, dan Kinerja Penjualan datanya telah tervalidasi.

2. Hasil Uji Reliabilitas

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
Rantai Pasok	0,679	Reliabel
<i>Cost Production</i>	0,713	Reliabel
Kinerja Penjualan	0,886	Reliabel

Sumber : Data diolah (2023)

Berdasarkan tabel 4 hasil uji reliabilitas untuk variabel Rantai Pasok, *Cost Production*, dan Kinerja Penjualan memiliki nilai *Cronbach alpha* > 0,60, sehingga dapat dinyatakan bahwa semua variabel dalam penelitian ini sudah reliabel.

D. Hasil Uji Asumsi Klasik

A. Hasil Uji Normalitas

Tabel 5.1. Hasil Uji Normalitas

Keterangan	Nilai
<i>Test Statistic</i>	0.087
Asymp. Sig. (2-tailed)	0.200

Sumber : Data diolah, 2023

Hasil K-S memiliki nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,200, dengan demikian dapat dikatakan bahwa nilai residual dalam penelitian ini berdistribusi normal karena nilainya lebih besar dari 0,05. Dapat disimpulkan data dalam penelitian ini memiliki distribusi normal dan dapat menjalankan uji parametrik untuk menjawab rumusan masalah dan hipotesis yang telah diajukan.

Tabel 5.2. Hasil Uji Normalitas

Keterangan	Nilai
<i>Test Statistic</i>	0.100
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>	0.200

Sumber : Data diolah (2023)

Hasil K-S memiliki nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,200, dengan demikian dapat dikatakan bahwa nilai residual dalam penelitian ini berdistribusi normal karena nilainya lebih besar dari 0,05. Dapat disimpulkan data dalam penelitian ini memiliki distribusi normal dan dapat menjalankan uji parametrik untuk menjawab rumusan masalah dan hipotesis yang telah diajukan.

B. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Rantai Pasok terhadap *Cost Production*

Tabel 6.1. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Variabel	β	<i>Sig.</i>	Keterangan
<i>Constant</i>	13,928	0,052	Tidak berpengaruh
Rantai Pasok	0,423	0,196	Tidak berpengaruh

Dependent Variabel : Cost Production

Sumber : Data diolah (2023)

$$Y = \alpha + \beta X$$

$$Y = 13,928 + 0.423X$$

Berdasarkan tabel, Kostanta sebesar 13,928, mengandung arti bahwa nilai konsisten variabel *Cost Production* adalah sebesar 13,928. Koefisien regresi X sebesar 0.423 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% nilai Rantai Pasok, maka nilai *Cost Production* bertambah sebesar 0.423. Koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel X terhadap Y adalah positif. Berdasarkan nilai signifikansi : dari tabel *Coefficients* diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,423 > 0.05 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Rantai Pasok tidak berpengaruh terhadap variabel *Cost Production*.

Cost Production pada Kinerja Penjualan

Tabel 6.2. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Variabel	β	Sig.	Keterangan
(Constant)	24,827	0,000	Tidak berpengaruh
Cost Production	0,086	0,285	Tidak berpengaruh

Dependent Variabel : Kinerja Penjualan

Sumber : Data diolah (2023)

$$Y = \alpha + \beta X$$

$$Y = 24,827 + 0.086X$$

Berdasarkan tabel, Kostanta sebesar 24,827 , mengandung arti bahwa nilai konsisten variabel Kinerja Penjualan adalah sebesar 24,827. Koefisien regresi Y sebesar 0.086 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% nilai *Cost Production*, maka nilai Kinerja Penjualan bertambah sebesar 0.086. Koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel Y terhadap Z adalah positif. Tabel *Coefficients* diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,086 > 0.05 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *Cost Production* tidak berpengaruh terhadap variabel Kinerja Penjualan.

C. Uji Hipotesis

Rantai Pasok terhadap *Cost Production*

Tabel 7.1. Hasil Uji Hipotesis

Variabel	β	t	f	Sig.	Kesimpulan
Rantai Pasok	0,423	1,312	1,720	0,196	Ho diterima
<i>R Square</i>				0,035	
ANOVA				Sig. 0,196	

Sumber : Data diolah (2023)

a. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Diketahui bahwa nilai *R Square* sebesar 0,035, menerangkan bahwa pengaruh variabel rantai pasok secara stimulan terhadap variabel *cost production* sebesar 3,5% sedangkan 96,5% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian ini. Dapat disimpulkan masih banyak variabel lain yang dapat mempengaruhi *cost production*.

b. Uji F

Diketahui bahwa nilai F hitung = 1,720, dengan tingkat signifikansi sebesar 0.196 > 0,05, maka tidak ada pengaruh variabel rantai pasok terhadap variabel *cost production*.

c. Uji T

Diketahui bahwa nilai T hitung = 1,312 < t_{tabel} 2,013. sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel rantai pasok tidak berpengaruh terhadap variabel *cost production*.

Cost Production terhadap Kinerja Penjualan

Tabel 7.2. Hasil Uji Hipotesis

Variabel	β	t	f	Sig.	Kesimpulan
Rantai Pasok	0,086	1,081	1,169	0,285	Ho diterima
R Square		0,024			
ANOVA		Sig. 0,285			

Sumber : Data diolah (2023)

a. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Diketahui nilai *R Square* sebesar 0,024, hal ini menjelaskan bahwa pengaruh variabel *cost production* secara stimulan terhadap variabel kinerja penjualan sebesar 2,4% sedangkan 97,6% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini. Dapat disimpulkan masih banyak variabel lain yang dapat mempengaruhi kinerja penjualan.

b. Uji F

Diketahui bahwa nilai F hitung = 1,169, dengan tingkat signifikansi sebesar $0.285 > 0,05$, maka tidak ada pengaruh variabel *cost production* terhadap variabel kinerja penjualan.

c. Uji T

Diketahui bahwa nilai T hitung = $1,081 < t_{\text{tabel}} 2,013$. sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *cost production* tidak berpengaruh terhadap variabel kinerja penjualan.

D. Pembahasan Hipotesis

1) Rantai Pasok tidak berpengaruh terhadap *Cost Production*

Hasil pengujian hipotesis pertama (H1) ditolak, artinya Rantai Pasok tidak berpengaruh terhadap *Cost Production* pada usaha pempek di Kota Palembang. Meskipun H1 ditolak, hal ini tidak berarti bahwa Rantai Pasok tidak memiliki pengaruh sama sekali terhadap *Cost Production* pada usaha pempek di Kota Palembang. Terdapat kemungkinan bahwa pengaruh tersebut tidak terlalu signifikan atau ada faktor-faktor lain yang memengaruhi *Cost Production* secara lebih dominan dalam konteks tersebut. Penelitian ini memberikan pemahaman awal bahwa Rantai Pasok dapat memiliki peran dalam mempengaruhi *Cost Production* pada usaha pempek di Kota Palembang, namun penelitian lebih lanjut diperlukan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam mengenai mekanisme dan tingkat pengaruhnya.

Pelaku usaha pempek dapat menggunakan hasil penelitian ini sebagai dasar untuk melakukan evaluasi lebih lanjut terhadap faktor-faktor dalam Rantai Pasok dan bagaimana pengaruhnya terhadap *Cost Production* mereka. Dalam penelitian selanjutnya, perlu dilakukan pengumpulan data yang lebih komprehensif, peningkatan metode analisis yang lebih tepat, dan penggunaan sampel yang lebih representatif untuk mendapatkan kesimpulan yang lebih kuat dan generalisasi yang lebih luas mengenai hubungan antara Rantai Pasok dan *Cost Production* pada usaha pempek di Kota Palembang.

2) *Cost production* tidak berpengaruh terhadap Kinerja Penjualan

Hasil pengujian hipotesis kedua (H2) ditolak, artinya *Cost Production* tidak memiliki pengaruh terhadap kinerja penjualan pada usaha pempek di Kota Palembang. Hasil penelitian ini memiliki implikasi penting bagi pemilik usaha. Pengendalian biaya produksi yang efisien perlu menjadi fokus dalam upaya meningkatkan kinerja penjualan. Dengan mengelola biaya produksi secara optimal, pelaku usaha dapat meningkatkan profitabilitas, memperluas pangsa pasar, dan

menginvestasikan sumber daya yang lebih besar dalam kegiatan pemasaran dan pengembangan produk.

Meskipun H2 ditolak, penting untuk dicatat bahwa terdapat faktor-faktor lain yang juga dapat mempengaruhi kinerja penjualan usaha pempek di Kota Palembang, seperti strategi pemasaran, kualitas produk, layanan pelanggan, dan faktor lingkungan bisnis. Oleh karena itu, penelitian lebih lanjut diperlukan untuk memperdalam pemahaman tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja penjualan usaha pempek secara komprehensif di wilayah tersebut. Dalam penelitian selanjutnya, disarankan untuk menggunakan metode yang lebih komprehensif dan sampel yang lebih representatif untuk mendapatkan kesimpulan yang lebih kuat dan generalisasi yang lebih luas tentang hubungan antara *Cost Production* dan kinerja penjualan pada usaha pempek di Kota Palembang.

SIMPULAN

A. Kesimpulan

Dari hasil pembahasan yang telah dilakukan, ditemukan bahwa rantai pasok tidak memberikan pengaruh terhadap *cost production* pada usaha pempek di kota Palembang. Rantai pasok pada usaha pempek secara umum berkaitan dengan pemilihan pemasok atau *supplier* bahan baku bagi para pelaku usaha. Dalam penelitian ini menemukan bahwa sebagian besar pelaku usaha telah menerapkan penentuan rantai pasok dalam menjalankan operasional usahanya, namun masih ada yang tidak menetapkan rantai dikarenakan masih minimnya pemahaman tentang rantai pasok.

Dari hasil pengujian, *Cost production* tidak memberikan pengaruh terhadap kinerja penjualan pada usaha pempek di kota Palembang. Dalam penelitian ini menemukan bahwa pelaku usaha perlu mempertimbangkan metode *cost production* yang digunakan dikarenakan dengan metode biaya produksi yang sesuai dapat menurunkan harga jual sehingga dapat bersaing dengan pelaku usaha lain sesuai dengan tuntutan persaingan bisnis yang ada. Dari kurva rata-rata *cost production* berada diposisi memberikan dampak pada kinerja penjualan.

B. Keterbatasan

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu dikembangkan untuk penelitian selanjutnya :

1. Penelitian ini hanya menggunakan dua variabel independen yaitu Rantai Pasok dan *Cost Production*. Sebaiknya ditambahkan variabel lain seperti *benchmarking* dan penggunaan informasi akuntansi.
2. Dalam penelitian ini kriteria dalam pengambilan sampel yang masih terlalu umum, sebaiknya ditambahkan kriteria yang lebih spesifik sehingga dapat menggambarkan rantai pasok dan *Cost Production* pada pelaku usaha.

C. Implikasi Penelitian

1. Temuan ini mengindikasikan bahwa perusahaan tidak perlu terlalu fokus pada pengelolaan rantai pasok dalam upaya mengurangi *cost production*. perusahaan dapat mempertimbangkan untuk mengalokasikan sumber daya dan upaya mereka pada aspek lain yang lebih berdampak pada *cost production*.
2. Meskipun *cost production* tidak berpengaruh pada kinerja penjualan, perusahaan masih perlu memperhatikan efisiensi biaya produksi. Dengan mengoptimalkan proses produksi,

menggunakan bahan baku yang efisien, atau mengadopsi teknologi yang tepat, perusahaan dapat meningkatkan profitabilitasnya dan tetap bersaing di pasar.

3. Perusahaan perlu melakukan analisis lebih lanjut untuk mengidentifikasi faktor-faktor tersebut, seperti strategi pemasaran, kepuasan pelanggan, atau inovasi produk, dan mengalokasikan sumber daya mereka secara efektif untuk meningkatkan kinerja penjualan.
4. Dalam mengukur kinerja penjualan, perusahaan perlu mempertimbangkan indikator lain selain *cost production*. Misalnya, pendapatan penjualan, pangsa pasar, atau tingkat kepuasan pelanggan untuk mendapatkan gambaran yang lebih komprehensif.

D. Saran

Berdasarkan hasil dan keterbatasan yang ada dalam penelitian ini, maka saran untuk penelitian selanjutnya :

1. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan menambah variabel independen seperti, variabel *benchmarking* yang akan memberikan gambaran mengenai perbandingan tata kelola usaha terhadap pemimpin pasar untuk memperoleh pengetahuan agar dapat meningkatkan kinerja bisnis
2. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambahkan kriteria pengambilan sampel dengan melakukan pemilihan sampel dan metode biaya yang digunakan sehingga dapat memberikan jawaban yang representatif .

DAFTAR PUSTAKA

- Chopra, S., & Meindl, P. (2016). *Supply chain management: strategy, planning, and operation*. Pearson Education Limited.
- Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Sumatera Selatan. (2019). *Data Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Provinsi Sumatera Selatan*.
- Garrison, R. H., Noreen, E. W., & Brewer, P. C. (2014). *Managerial accounting*. McGraw-Hill Education.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hariyani, Diyah S. 2018. *Akuntansi Manajemen: Teori Dan Aplikasi*. Pertama. Yogyakarta: Aditya Media Publishing.
- Hendrawan, Andi. dkk. (2019). Pengaruh Marketing Digital Terhadap Kinerja Penjualan Produk UMKM Asti Gauri di Kecamatan Bantarsai Cilacap. *Jurnal Administrasi dan Kesekretariat*.
- Homburg, C., Jozić, D., & Kuehnl, C. (2017). Customer experience management: toward implementing an evolving marketing concept. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 45(3), 377-401.
- Horngren, C. T., Datar, S. M., & Rajan, M. V. (2012). *Cost accounting: A managerial emphasis*. Prentice Hall.
- Iriani, H. A., & Khaidir, A. (2019). Peluang dan Tantangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Sektor Kuliner di Kota Palembang. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 11(1), 19-28.
- Jiambalvo, J. (2014). *Managerial accounting*. John Wiley & Sons.
- Kambey, S.F., Kawet, L., dan Sumarauw, J.S.B. 2016. Analisis rantai pasok (supply chain) kubis di Kelurahan Rurukan Kota Tomohon. *Jurnal EMBA*, 4 (5): 303-408.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2015). *Marketing management*. Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson.
- Kusuma, A. H. (2019). Potensi dan Tantangan Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Bidang Kuliner di Kota Palembang. *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship*, 13(1), 1-14.
- Lestari, W., dan Dhyka, B. 2017. *Akuntansi Biaya dalam Perspektif Manajerial*. PT Rajagrafindo Persada, Depok
- Moehersono. (2012). *Pengukuran Kinerja Berbasis Kompetensi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Mudrajad, K. (2013). *Metode Riset Untuk Bisnis Dan Ekonomi: Bagaimana Meneliti Dan Menulis Tesis?* PT. Erlangga.
- Muhammad, M., & Indah, D. R. (2020). Analisis Biaya Produksi di UD. Berkat Jaya Mandiri Desa Simpang Jernih Kecamatan Simpang Jernih. *Jurnal Samudra Ekonomika*, 4(1), 1- 11.
- Muhammad, R.M., J.S.B. Sumarauw (2014). Evaluasi Kinerja Manajemen Rantai Pasok pada Pemasok Daging Ayam, Jeky PM. *Jurnal EMBA* 2(4) Desember 2014, Hal. 195-202.
- Mulyadi. 2018. *Akuntansi Biaya*. Edisi 5. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Pradiani, T. 2017. Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan. *46 Jibeka*, 11(2), 46–53.
- Rimbani RP. 2016. Analisis Pengaruh ROE, EPS, PBV, DER, dan NPM Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Real Estate Dan Property Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2011-2013. *J Bisnis Dan Manaj*. 53.
- Safaruddin, S., Abdullah, M., & Zulhijayanti Syahrir, I. (2021). Pengaruh Penggunaan Informasi Akuntansi Terhadap Kinerja Usaha, Mikro, Kecil, Dan Menengah (Umkm) Di Kota

Kendari. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 6(2), 114–118. <https://doi.org/10.33772/jak-uho.v6i2.22229>

Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Alfabeta.

Yolandika, C., Nuralina, R. and Suharno, S. (2017) ‘Rantai Pasok Brokoli di Kecamatan Lembang Kabupaten Bandung Barat dengan Pendekatan Food Supply Chain Networks’, *Jurnal Penelitian Pertanian Terapan*, 16(3), pp. 155–162. doi: 10.25181/jppt.v16i3.93

Zulfahmi, Rizqi Fauzi, Tacbir Hendro Pudjiantoro, Dian Nursantika. 2018. Pembangunan Sistem Manajemen Rantai Pasok Dalam Proses Produksi Minuman Tradisional Di CV. Cihanjuang Inti Teknik. *Seminar Nasional Teknologi Informasi dan Multimedia*. 10 Februari 2018. ISSN: 2302-3805. Yogyakarta