

Analisa Penerapan ERP dalam Meningkatkan Kinerja SCM Grand Pet Shop

Immanuel Zai¹, Yulfiswandi² Defen³, Florensia Sutjiali⁴, Nathania Jocelyn⁵, Sherlyca Styvani⁶, Vonnylia⁷, Windy Wihue Tarekar⁸

^{1,2,3,4,5,6,7,8}Universitas Internasional Batam

Baloi-Sei Ladi, Jl. Gajah Mada, Tiban Indah, Kec. Sekupang, Kota Batam, Kepulauan Riau 29426, telp. (0778) 7437111, e-mail: 2141077.vonnylia@uib.edu.

ARTICLE INFO

Article history:

Received 30 Agustus 2023

Received in revised form 2 Oktober 2023

Accepted 10 November 2023

Available online Desember 2023

ABSTRACT

The purpose of this study is to determine the application of company resource management and supply chain management at the Grand Pet Shop. In conducting an analysis of business partners, researchers used qualitative methods in the form of direct interview techniques with the owner of the Grand Pet Shop. The results found through analysis, Grand Pet Shop has implemented a supply chain process including planning, processing, storage, shipping and returns of goods then partners have also involved 4 functional areas, namely marketing and sales, supply chain management (SCM), accounting and finance, and human resources in running their business as well as analyzing the use of Enterprise Resource Planning (ERP) is still not recommended at this time because there has not been found a suitability for Grand Pet Shop use due to the high cost and the Enterprise Resource Planning system is too complicated for Grand Pet Shops which are still SMEs, but do not rule out the possibility in the future.

Keywords: company resources, supply chain and business processes.

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui penerapan manajemen sumber daya perusahaan dan manajemen rantai pasok di Grand Pet Shop. Dalam melakukan analisis terhadap bisnis mitra, peneliti menggunakan metode kualitatif berupa teknik wawancara secara langsung dengan owner Grand Pet Shop. Hasil yang ditemukan melalui analisa, Grand Pet Shop telah menerapkan proses supply chain meliputi perencanaan, proses, penyimpanan, pengiriman, dan retur barang kemudian mitra juga telah melibatkan 4 bidang fungsional yaitu marketing and sales, supply chain management (SCM), accounting and finance, dan human resources dalam menjalankan bisnisnya serta analisa penggunaan Enterprise Resource Planning (ERP) masih tidak disarankan untuk saat ini dikarenakan belum ditemukan kecocokan untuk digunakan Grand Pet Shop dikarenakan biaya yang cukup tinggi dan sistem Enterprise Resource Planning terlalu rumit untuk Grand Pet Shop yang masih UMKM, tetapi tidak menutup kemungkinan di masa yang akan datang.

Kata Kunci: sumber daya perusahaan, rantai pasok, dan proses bisnis.

Received Agustus 30, 2023; Revised Oktober 2, 2023; Accepted November 10, 2023

*Corresponding author, e-mail address: 2141077.vonnylia@uib.edu

1. PENDAHULUAN

Di zaman sekarang yang sangat canggih dan berkembang pesatnya sebuah teknologi sangat memudahkan masyarakat dalam melakukan segala hal dan sangat memudahkan masyarakat untuk menerima segala informasi dan mempelajari tentang hal-hal terkini. Oleh karena itu, membuat semua perusahaan yang berada pada industri yang sama memiliki persaingan yang cukup ketat yang membuat setiap perusahaan berlomba-lomba untuk memberikan kepuasan yang semaksimal mungkin terhadap customer.

Sebuah perusahaan dapat memberikan kepuasan dan kenyamanan terhadap terhadap pelanggan yaitu dengan Supply Chain Management (SCM) dan Enterprise Resource Planning (ERP). Supply Chain Management merupakan sistem pengelolaan mata rantai dan kegiatan melalui hubungan organisasi koperasi, proses bisnis yang efektif dan tingkat tinggi berbagi informasi untuk menciptakan sistem nilai berkinerja tinggi yang memberikan organisasi anggota keunggulan kompetitif yang berkelanjutan (Hanfield, 2002, Hal 8). Kemudian, Enterprise Resource Planning merupakan sebuah sistem yang mendukung proses bisnis dengan menyediakan informasi secara realtime yang terintegrasi antar divisi-divisi fungsional perusahaan.

Keamanan dan kelangsungan rantai pasok sangat dipengaruhi oleh kinerja manajemen rantai pasok. Efisiensi rantai pasokan dapat lebih dioptimalkan dengan menganalisis penggunaan sistem manajemen sumber daya perusahaan (ERP) untuk meningkatkan efisiensi manajemen rantai pasokan (SCM). Dengan melihat kinerja rantai pasok secara keseluruhan dan mengembangkan perangkat lunak yang dapat mengintegrasikan proses rantai pasok, maka pencapaian tujuan rantai pasok manajemen dapat difasilitasi. ERP dapat digunakan untuk peramalan permintaan yang andal, pemantauan dan kontrol, dan pendekatan terpadu, sehingga memudahkan manajemen untuk mengidentifikasi masalah rantai pasokan dan menemukan solusinya. Analisis ERP untuk meningkatkan manajemen rantai pasokan penting untuk memastikan bahwa manajemen rantai pasokan beroperasi dengan aman, efisien, andal, dan ramah lingkungan. Ini memastikan bahwa rantai pasokan cepat, akurat, dan menyeluruh, yang bermanfaat bagi bisnis.

Setiap perusahaan memiliki Supply Chain nya masing-masing. Supply Chain pada sebuah bisnis salah satunya ialah Grand Pet Shop. Grand Pet Shop merupakan sebuah bisnis yang bergerak di bidang jasa dan produk. Grand Pet Shop didirikan pada Januari 2022 oleh Bapak Hendra Tan. Grand pet shop didirikan karena pemilik memiliki kegemaran terhadap hewan. Omset awal Grand Pet Shop yaitu kisaran Rp20.000.000,- hingga saat ini omset per bulannya meningkat menjadi sekitar Rp40.000.000,-.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Supply Chain Management

Manajemen rantai pasok adalah pengelolaan berbagai aktivitas untuk mengekstraksi bahan baku, dilanjutkan dengan aktivitas transformasi sehingga menjadi produk akhir dan disampaikan kepada konsumen melalui sistem distribusi. Manajemen rantai pasokan terdiri dari material, informasi, uang dan layanan dari pemasok ke pabrik penyimpanan dan akhirnya ke pelanggan (Muhammad Arif, 2018). Supply Chain Management merupakan sebuah konsep atau mekanisme meningkatkan produktivitas perusahaan secara keseluruhan dalam rantai pasokan melalui optimalisasi waktu, lokasi dan jumlah material.

Tujuan dari manajemen rantai pasokan adalah untuk memaksimalkan nilai total yang dihasilkan untuk memenuhi kebutuhan dan permintaan pelanggan. Namun, tujuan lain dari manajemen rantai pasokan adalah meminimalkan total biaya (biaya pemesanan, biaya penyimpanan, biaya bahan baku, biaya transportasi, dan lain-lain.) Distribusi adalah kegiatan memindahkan produk dari sumber ke konsumen akhir dengan saluran distribusi pada waktu yang tepat (Assauri, 2004).

2.2. Tahapan Supply Chain Management

Manajemen rantai pasokan melibatkan berbagai pihak untuk mengimplementasikan proses di perusahaan. Suatu produk atau layanan dapat mencapai konsumen setelah melewati berbagai tahapan manajemen rantai pasokan. Manajemen rantai pasokan melibatkan beberapa langkah, yaitu:

1. Perencanaan

Tahap perencanaan meliputi analisis kebutuhan, perencanaan anggaran, tenaga kerja dan operasi transportasi. Langkah ini merupakan langkah penting karena dapat mengurangi kesalahan yang dilakukan selama proses desain hingga proses distribusi.

2. Proses

Pada tahap ini, perusahaan harus memastikan bahwa kualitas, harga, dan jumlah barang memenuhi persyaratan. Pada tahap ini perusahaan harus menjamin kualitas barang, harga dan kuantitas harus dapat diterima oleh masyarakat umum.

3. Produksi

Tahap produksi merupakan tahapan dimana perusahaan mengolah produk dari bahan baku menjadi produk jadi dengan bantuan tenaga kerja atau mesin. Tahap produksi tidak boleh berhenti di tengah jalan, karena hal ini akan menyebabkan kekurangan stok dan juga menghentikan pengiriman.

4. Penyimpanan

Tahap penyimpanan atau pergudangan terjadi setelah barang diproduksi dan jumlahnya banyak, biasanya disimpan di gudang atau gudang milik perusahaan.

5. Pengiriman

Saat barang ditempatkan di gudang atau gudang, produk yang diproduksi dikemas dan dikirim ke konsumen yang memesan produk tersebut.

6. Pengembalian Barang

Tahap pengembalian barang adalah tahap terakhir dimana semua barang yang dikirim ke konsumen dalam keadaan rusak atau rusak pada produknya. Bisnis harus dapat dan mau menerima keluhan konsumen tentang barang yang dikembalikan.

2.3. Hambatan-Hambatan Supply Chain Management

1. Increasing Variety of Products

Dengan adanya berbagai produk yang ada pada saat ini, konsumen dapat melakukan pengajuan perubahan pada produk yang dibuat oleh perusahaan. Oleh karena itu, dapat dilihat semakin banyak produk yang berbeda di pasaran. Jika dulu pabrikan berstrategi dengan membagi segmen antar pelanggan, maka sekarang konsumen dapat melakukan perubahan yang sesuai dengan keinginan konsumen. Contohnya seperti pabrikan mobil Ferrari yang dapat melakukan perubahan terhadap interior mobil yang sesuai dengan keinginan konsumen dan bukan keinginan segmen tertentu.

2. Decreasing Product Life Cycles

Produk yang sudah tercipta, berkembang, dan hilang dipasaran. Produk juga memiliki siklus hidupnya sendiri. Oleh karena itu, di zaman sekarang tanpa adanya riset yang jelas dari sebuah perusahaan sebuah produk akan susah untuk berkembang. Contohnya seperti BlackBerry yang sangat terkenal pada zamannya. Namun, harus kalah bersaing dengan smartphone yang lain seperti Iphone yang memiliki inovasi yang berbeda.

3. Increasingly Demands Customer

Manajemen rantai pasok memiliki tujuan untuk mengelola permintaan yang sangat cepat yang diminta oleh konsumen. Bahkan untuk produk yang diminta konsumen sangat mendadak. Contohnya seperti pada saat zaman Covid-19 permintaan masker dan sanitizer sangatlah besar dikarenakan untuk menjaga terhindar dari penyakit Covid-19.

4. Fragmentation of Supply Chain Ownership

Manajemen rantai pasok menunjukkan bahwa terdapat banyak pihak yang terlibat dalam manajemen rantai pasok yang memiliki kepentingan masing-masing dalam mengelola manajemen rantai pasok sehingga membuat manajemen rantai pasok menjadi semakin kompleks dan rumit.

5. Globalization

Globalisasi yang terjadi pada manajemen rantai pasok membuat terjalinnya hubungan diseluruh dunia. Globalisasi yang terjadi membuat pihak-pihak dari berbagai negara yang saling menjalin hubungan kerja sama. Contohnya seperti Toyota yang melakukan kerja sama dengan Indonesia dengan melatih anak-anak bangsa dengan merakit mobil Toyota.

2.4. Green Supply Chain Management

Green supply chain management merupakan konsep yang lebih modern dalam manajemen rantai pasokan dibandingkan dengan pendekatan tradisional. Dalam konsep ini terdapat berbagai kegiatan yang dilakukan untuk mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan. Kegiatan yang dimaksud yaitu seperti pembelian dengan mempertimbangkan aspek keberlanjutan, desain produk yang ramah lingkungan, penggunaan sumber daya yang efisien, pengurangan penggunaan bahan berbahaya, dan daur ulang produk. Tujuan dari implementasi konsep tersebut yaitu untuk meminimalkan dampak lingkungan yang ditimbulkan oleh seluruh rantai pasokan.

Dalam green supply chain management terdapat lima kategori berdasarkan kegiatan konsep tersebut, sebagai berikut:

1. Intra-organizational environment management : merujuk kepada praktik-praktik yang dilakukan dalam organisasi, seperti dukungan dari manajemen puncak, program kepatuhan lingkungan, dan kerja sama antar departemen untuk meningkatkan kinerja lingkungan.
2. Product eco-design : Proses struktural yang mencakup pengintegrasian atribut lingkungan dalam produk dan prosesnya, serta respon terhadap tuntutan dari pada pemangku kepentingan perusahaan terkait desain dan pengembangan produk yang ramah lingkungan.
3. Green supplier integration : Melibatkan kolaborasi dan kerja sama dalam rangka mencapai tujuan lingkungan antara perusahaan utama dan pemasoknya dalam mengelola proses bisnis lintas perusahaan, termasuk pertukaran informasi dan kemitraan strategis.
4. Green customer cooperation : Melibatkan pertukaran informasi strategis dan kolaborasi antara perusahaan dan pelanggan mereka, dengan tujuan meningkatkan transparansi dan memungkinkan perencanaan bersama dalam hal lingkungan.
5. Reverse logistics : Terkait dengan konsep tiga "R" dalam ekonomi sirkular, yaitu recycling (mendaur ulang), reuse (menggunakan kembali), dan reduce (mengurangi penggunaan bahan baku dalam fase produksi atau setelah produk dikonsumsi).

2.5. Enterprise Resource Planning

Perencanaan sumber daya perusahaan adalah struktur sistem informasi yang digunakan untuk mengintegrasikan proses bisnis internal perusahaan, yang meliputi operasi dan distribusi produk yang dihasilkan. Perencanaan sumber daya perusahaan adalah kombinasi dari perencanaan sumber daya produksi dan manufaktur terintegrasi komputer, atau sistem perencanaan sumber daya perusahaan yang disajikan oleh

perusahaan penelitian dan analisis Gartner, dengan tujuan mencakup semua fungsi dasar perusahaan, terlepas dari apakah perusahaan itu komersial aktif atau tidak (Yasin, 2013).

Proses implementasi sistem Enterprise Resource Planning tidaklah mudah karena membutuhkan biaya yang tidak sedikit dan juga membutuhkan dukungan dari pihak-pihak tertentu agar sistem dapat berjalan dengan baik. Perencanaan sumber daya perusahaan yang dijalankan dengan baik dapat menghasilkan penghematan waktu dan keuangan yang signifikan dengan memberikan visibilitas di seluruh perusahaan yang menyoroiti proses manual yang tidak efisien dan menunjukkan peluang pertumbuhan. Tujuan dari enterprise resource planning adalah untuk meningkatkan dan memperkuat efisiensi sumber daya yang ada di perusahaan (Yasin, 2013). Tujuan kedua dari Enterprise Resource Planning selanjutnya adalah mengintegrasikan semua aplikasi perusahaan ke dalam pusat penyimpanan data yang mudah diakses oleh bagian-bagian yang membutuhkannya dan menghasilkan efisiensi yang tinggi bagi perusahaan (Sabanna, 2002).

Proses Bisnis (*Business Processes*) merupakan sekumpulan aktivitas yang mengambil satu atau lebih jenis input dan menghasilkan output yang bernilai bagi pelanggan. Tujuan dari proses bisnis adalah menghasilkan sebuah produk atau jasa yang memiliki nilai baik bagi perusahaan. Adapun fungsi proses bisnis, yaitu:

- a. Membantu manajer mendapatkan sebuah solusi yang dapat mengatasi permasalahan dalam perusahaan selama proses bisnis dijalankan.
- b. Menjadi alat ukur bagi customer.
- c. Memberikan informasi kepada pekerja yang terlibat dalam perusahaan untuk mengetahui tanggung jawab serta perannya, agar dapat berjalan lancar dan mencapai tujuan yang diinginkan perusahaan.

Perusahaan yang membuat dan menjual produk memiliki proses bisnis yang melibatkan empat bidang fungsional utama: Pemasaran dan Penjualan (M/S), Manajemen Rantai Pasokan (SCM), Akuntansi dan Keuangan (A/F), dan Sumber Daya Manusia (SDM). Area operasi ini melakukan fungsi-fungsi berikut:

- a. Marketing and sales berfungsi dalam mengembangkan produk, menentukan harga produk, memasarkan serta mempromosikan produk, menerima pesanan pelanggan, dan membuat perkiraan penjualan.
- b. Supply Chain Management berfungsi mengembangkan perencanaan produksi, memesan barang mentah dari pemasok, menerima barang mentah, memproduksi barang, memelihara fasilitas serta kualitas, dan mengirim produk kepada konsumen.
- c. Accounting and Finance berfungsi membuat akuntansi keuangan, memberikan ringkasan data operasional dalam laporan manajerial, pengendalian akun, perencanaan, penganggaran serta manajemen arus kas.
- d. Human Resources berfungsi untuk merekrut, melatih, dan memberi kompensasi kepada karyawan, memastikan kepatuhan perusahaan terhadap peraturan yang di terapkan pemerintah, dan mengawasi kinerja karyawan.

Tujuan Utama Supply Chain Management:

- a. Pengiriman produk secara tepat waktu demi kepuasan konsumen.
- b. Mengurangi biaya.
- c. Meningkatkan segala hasil dari seluruh supply chain (bukan hanya satu perusahaan).
- d. Memusatkan kegiatan perencanaan dan distribusi.

Dengan adanya Supply Chain Management di sebuah perusahaan, maka dapat memungkinkan peningkatan efektifitas dan efisiensi dalam proses pembelian bahan baku, pemenuhan permintaan para customer serta proses distribusi barang jadi.

3. METODOLOGI PENELITIAN

Dalam pembuatan artikel ini, metode yang digunakan yaitu metode penelitian kualitatif dengan menggunakan teknik wawancara untuk mendapatkan informasi terkait topik pembahasan dalam artikel ini.

Teknik wawancara merupakan interaksi antara dua pihak atau dua orang yang dimana dalam situasi tersebut kedua belah pihak bertemu langsung dan salah satu pihak memberikan pertanyaan kepada pihak kedua yang memiliki peran sebagai orang yang diwawancarai, hal ini dilakukan agar pihak yang bertanya dapat mendapatkan jawaban atas pertanyaan yang diajukan yang berhubungan dengan masalah penelitian.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Peneliti sebelumnya melaksanakan wawancara dengan owner Grand Pet Shop, melalui wawancara ini dapat mendukung analisis data yang dilakukan oleh peneliti terhadap bisnis mitra. Berikut merupakan hasil wawancaranya:

- a. Pemilik dari umkm grand pet shop ini adalah bapak Hendra Tan
- b. Lokasi grand pet shop bertempat di ruko grand orchid
- c. Jumlah pekerja di grand pet shop ada 8 orang
- d. Omset awal grand pet shop sekitar Rp20.000.000, namun sekarang sudah meningkat menjadi Rp40.000.000.
- e. Dalam proses menjalankan bisnis owner masih ikut turun tangan seperti bagian pemesanan barang, mengatur keuangan, dan mengatur karyawan.
- f. Fasilitas - fasilitas yang ada di grand pet shop yaitu pet hotel, grooming, dan lainnya
- g. Pet shop didirikan pada januari 2022
- h. Alasan membuka petshop adalah karena owner sangat menyukai hewan
- i. Stok yang ada akan disimpan digudang
- j. Grand pet shop memiliki banyak supplier lebih dari 7

4.1 Enterprise Resource Planning (ERP)

ERP pada Grand Pet Shop masih tidak dapat dilakukan dikarenakan perusahaan yang masih tergolong kecil atau UMKM, dan hanya terdapat beberapa karyawan saja yang bekerja membuat Enterprise Resource Planning yang ingin diterapkan menjadi rumit. Oleh sebab itu, penggunaan Enterprise Resource Planning yang akan lebih cocok diterapkan adalah disaat Grand Pet Shop memiliki cabang di kota lain dan memiliki lebih banyak karyawan yang dapat memberikan dukungan untuk lebih mencocokkan penggunaan Enterprise Resource Planning.

4.2 Tahapan dalam supply chain management

Supply Chain Management melibatkan berbagai pihak untuk melakukan suatu proses pada perusahaan. Sebuah produk ataupun jasa bisa sampai ke customer setelah melalui berbagai tahapan dalam Supply Chain Management. Terdapat beberapa tahapan dalam Supply Chain Management yaitu:

1. Perencanaan (Planning)

Pada tahap ini, owner UMKM Grand Pet Shop melakukan perencanaan untuk bulan selanjutnya dengan menganalisis penjualan dari bulan lalu untuk mengetahui produk yang paling banyak dicari dan dibeli. Untuk perencanaan jangka panjang owner pet shop berencana untuk bekerja sama dengan dokter hewan untuk memperluas bisnis pet shop nya.

2. Proses (Process)

Pada tahapan ini, perusahaan harus memastikan bahwa kualitas barang, harga, dan jumlah yang sesuai dengan kebutuhan. Di tahap ini, perusahaan harus menjamin kualitas barang, harga dan jumlah harus dapat diterima oleh masyarakat secara luas. Dalam menjalankan bisnisnya, owner selalu memastikan bahwa produk yang dijual dalam kondisi yang bagus dan masih jauh dari masa kadaluarsa, karena produk yang telah terjual kepada customer tidak dapat dikembalikan/retur. Owner juga menyetok produk sesuai dengan hasil analisis dari penjualan bulan sebelumnya dan menetapkan harga yang sesuai dan dapat bersaing di pasaran.

3. Penyimpanan (Inventories)

Semua produk-produk yang datang dari supplier akan disimpan didalam gudang yang ada di Grand Pet Shop ini, kemudian beberapa produk-produk akan dikeluarkan untuk dijual.

4. Pengiriman (Deliver)

Pada UMKM Grand Pet Shop, pengiriman hanya dilakukan untuk menjemput dan juga mengantar hewan yang telah dimandikan dan juga dibersihkan. Namun untuk pembelian produk, customer harus datang ke toko dan membeli langsung di toko, hal ini dikarenakan UMKM tidak menyediakan layanan jasa pengiriman untuk pembeli produk namun hanya menyediakan jasa untuk antar dan jemput hewan peliharaan dari customer.

5. Retur barang (Return)

Kegiatan retur juga dilakukan oleh UMKM Grand Pet Shop ini. Kegiatan retur dilakukan ketika terdapat produk yang cacat atau rusak yang berasal dari kesalahan supplier.

Perusahaan yang membuat dan menjual produk memiliki proses bisnis yang melibatkan empat bidang fungsional utama: Pemasaran dan Penjualan (M/S), Manajemen Rantai Pasokan (SCM), Akuntansi dan Keuangan (A/F), dan Sumber Daya Manusia (SDM). Area operasi ini melakukan fungsi-fungsi berikut:

Marketing and Sales di Grand Pet Shop dilakukan oleh pekerja dan owner dengan melakukan promosi produk melalui media sosial serta pemasaran, untuk penetapan harga produk dilakukan oleh owner sendiri.

Supply chain management pada UMKM Grand Pet Shop dikendalikan sendiri oleh owner UMKM. Hal-hal yang dilakukan oleh owner mencakup pemesanan produk untuk stok produk pada toko, mengatur pemeliharaan fasilitas toko, dan juga pengantaran dan juga penjemputan kucing-kucing customer yang akan dimandikan dan dibersihkan.

Accounting and Finance dilakukan oleh pekerja atau karyawan yang bekerja di toko untuk bagian kasir sekaligus bertanggung jawab atas laporan manajerial yang berkaitan dengan keuangan, namun owner sendiri juga tetap memantau kinerja karyawan nya..

Pada bagian Human resources, perekrutan karyawan dilakukan sendiri oleh owner, termasuk memberi arahan dan pembagian tugas karyawan baru agar pengerjaannya sesuai pembagian, selain itu memberikan kompensasi kepada karyawan, dan owner juga memastikan karyawan mematuhi peraturan yang ada di toko.

Hasil analisis data dari penggunaan supply chain untuk Grand Pet Shop membuat Grand Pet Shop memiliki bisnis yang terstruktur dan memiliki sistem yang jelas seperti perencanaan, proses, penyimpanan, pengiriman, dan retur barang yang telah diatur dengan baik sehingga membuat supply chain yang telah ada terlaksana dan memiliki hasil yang membuat Grand Pet Shop dapat bertahan sampai saat ini. Apabila supply chain yang tidak diterapkan oleh Grand Pet Shop kemungkinan keinginan untuk membuat visi misi dari Grand Pet Shop tidak akan terjadi, yaitu membuka cabang di berbagai kota yang terdapat di Indonesia. Namun, masih ada Enterprise Resource Planning yang masih belum cocok diterapkan di Grand Pet Shop dikarenakan Grand Pet Shop yang masih UMKM membuat kesulitan itu terlihat. Kesulitan itu terjadi dikarenakan masih tergolong kecilnya usaha dari Grand Pet Shop yang masih belum dapat menerapkan Enterprise Resource Planning, dan minimnya karyawan yang bekerja membuat kesulitan dengan menerapkan Enterprise Resource Planning di dalam Grand Pet Shop. Oleh karena itu, penggunaan Enterprise Resource Planning dapat berjalan apabila Grand Pet Shop sudah memiliki cabang di berbagai kota yang ada di Indonesia membuat penggunaan Enterprise Resource Planning akan sangat memungkinkan dan akan berhasil apabila menerapkan Enterprise Resource Planning setelah Grand Pet Shop membuka cabang di berbagai kota atau secara nasional.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan terhadap UMKM Grand Pet Shop berdasarkan data yang telah dikumpulkan dengan menggunakan teknik wawancara langsung kepada owner UMKM. Grand Pet Shop telah menerapkan proses supply chain dari perencanaan, proses, penyimpanan, pengiriman, dan retur barang, serta telah melibatkan empat bidang fungsional yaitu marketing and sales, supply chain management,

Analisa Penerapan ERP dalam Meningkatkan Kinerja SCM Grand Pet Shop (Immanuel Zai)

accounting and finance, dan human resources dalam menjalankan bisnisnya. Sedangkan analisa terhadap penggunaan Enterprise Resource Planning masih tidak disarankan untuk saat ini, Dikarenakan Enterprise Resource Planning belum ditemukan kecocokan digunakan untuk Grand Pet Shop yang masih umkm, tetapi tidak menutup kemungkinan di masa yang akan datang apabila mitra mengalami perkembangan yang cukup bagus di bisnisnya otomatis akan menambah sumber daya yang ada di perusahaan dan tentunya penggunaan Enterprise Resource Planning akan dibutuhkan di masa itu. Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran untuk UMKM Grand Pet Shop ini, antara lain:

UMKM Grand Pet Shop dapat mengembangkan jasa pengantaran/pengiriman produk, hal ini dikarenakan UMKM hanya menyediakan jasa penjemputan dan pengantaran hewan peliharaan customer yang akan dimandikan dan dibersihkan saja, untuk itu mungkin UMKM dapat mengembangkan jasa pengirimannya dengan menyediakan jasa pengiriman produk yang diantarkan ke rumah customer.

UMKM dapat menambahkan jasa untuk pemeriksaan hewan yang sakit dan bekerjasama dengan seorang dokter hewan. Hal ini dikarenakan saat ini UMKM belum menyediakan jasa tersebut dan hanya menjual produk serta jasa penjemputan dan pengantaran hewan yang akan dimandikan dan dibersihkan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Fadhallah, Wawancara. Jakarta: UNJ Press, 2021.
- [2] Haryono. C.G, Ragam Metode Penelitian Kualitatif Komunikasi. Sukabumi: CV (Jejak Publisher), 2020.
- [3] M. Arif, Supply Chain Management. Yogyakarta: Deepublish, 2018.
- [4] Muslih, "Pengertian Supply Chain Management," Konsep Sist. Inf. Dalam Berbagai Aspek Kehidupan. Masy., no. 71, 2022.
- [5] Maulana. A, and Prayogo, Enterprise Resource Planning (ERP). 2020.
- [6] R. Suharto and Devie, "Analisa Pengaruh Supply Chain Management terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja Perusahaan," Bus. Account. Rev., vol. 1, no. 2, pp. 161–171, 2013, [Online]. Available: <http://eprints2.binus.ac.id/id/eprint/24110>.
- [7] E. N. Hayati, "Supply Chain Management (SCM) Dan Logistic Management," J. Din. Tek., vol. 8, no. 1, pp. 25–34, 2014.
- [8] S. Anwar, "MANAJEMEN RANTAI PASOKAN (SUPPLY CHAIN MANAGEMENT) : KONSEP DAN HAKIKAT," Maj. Ilm. Gema Marit., pp. 1–7, 2013, doi: 10.37612/gema-maritim.v13i1.19.
- [9] M. Haviz Irfani, "Eksplora Informatika Erp (Enterprise Resource Planning) Dan Aspek-Aspek Penting Dalam Penerapannya," Eksplora Inform., vol. 4, no. 2, pp. 105–114, 2015.
- [10] A. Wicaksono, H. H. Mulyo, and I. E. Riantono, "Analisis Dampak Penerapan Sistem ERP terhadap Kinerja Pengguna," Binus Bus. Rev., vol. 6, no. 1, p. 25, 2015, doi: 10.21512/bbr.v6i1.985.
- [11] Z. Tarigan, "PENGARUH IMPLEMENTASI ERP TERHADAP PRODUCT DIFFRENTIATION DAN COST LEADERSHIP DALAM MENINGKATKAN KINERJA PERUSAHAAN (Studi Kasus Manufaktur Jawa Timur)," J. Manaj. Pemasar., vol. 4, no. 1, pp. 11–15, 2009, [Online]. Available: <http://puslit2.petra.ac.id/ejournal/index.php/mar/article/view/18081>.
- [12] D. Maharani et al., "Pengaruh Supply Chain Management Terhadap Operasional Perusahaan Dan Kendala Procurement Sistem Erp Pada Pt Unilever Indonesia Tbk," Transekonomika Akuntansi, Bisnis dan Keuang., vol. 2, no. 3, pp. 113–126, 2022, doi: 10.55047/transekonomika.v2i3.133.
- [13] K. Manurung, "Mencermati Penggunaan Metode Kualitatif Di Lingkungan Sekolah Tinggi Teologi," FILADELFIA J. Teol. dan Pendidik. Kristen, vol. 3, no. 1, pp. 285–300, 2022, doi: 10.55772/filadelfia.v3i1.48.
- [14] M. R. Fadli, "Memahami Desain Metode Penelitian Kualitatif," Humanika, vol. 21, no. 1, pp. 33–54, 2021, doi: 10.21831/hum.v21i1.38075.
- [15] S. Hanyfah, G. R. Fernandes, and I. Budiarmo, "Penerapan Metode Kualitatif Deskriptif Untuk Aplikasi Pengolahan Data Pelanggan Pada Car Wash," Semnas Ristek (Seminar Nas. Ris. dan Inov. Teknol., vol. 6, no. 1, pp. 339–344, 2022, doi: 10.30998/semnasristek.v6i1.5697.