Analisis Pengukuran Kinerja Manajemen Rantai Pasok Produk Telur Ayam Kampung pada CV Dua Dara dengan Menggunakan Metode SCOR di Ciwastra Bandung

Astri Kamilatul Huda, Tasya Aspiranti, Eka Tresna Gumelar
Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Bandung
Bandung, Indonesia
astrikamila24@gmail.com, ad_tasya@yahoo.com, eka.tresna@unisba.ac.id

***Abstract*—This study analyzes Supply Chain Management Performance Measurement in Kampung Chicken Egg Products Using the SCOR Method in Ciwastra Bandung. The research method used is quantitative descriptive. Data collection techniques used in this study were observation, interviews, and library research. The data analysis technique used is the SCOR (Supply Chain Operation Reference) matrix. By using the SCOR method aims to find out how the current supply chain performance at CV Dua Dara. Free-range chicken eggs that have been checked by CV Dua Dara to be sent to the supermarket. The time needed by CV Dua Dara in distributing native chicken eggs to retail agents is in less than 1 day, due to the nature of eggs that cannot last long. The results of the supply chain performance calculation using the SCOR matrix produce a perfect order fulfillment (POF) value of 92.19% with an order fulfillment cycle time (OFCT) for 5 days. While the value of cost of goods sold (COGS) is 17.00% with cash to cash cycle time (CTCCT) for 1 day.**

***Keywords*—*Performance, Kampung Chicken Eggs, SCOR Matrix, Supply Chain*.**

***Abstrak*—Penelitian ini menganalisis Pengukuran Kinerja Manajemen Rantai Pasok pada Produk Telur Ayam Kampung dengan Menggunakan Metode SCOR di Ciwastra Bandung. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini observasi, wawancara, dan penelitian kepustakaan. Teknik analisis data yang digunakan adalah matriks SCOR (*Supply Chain Operation Reference*). Dengan menggunakan metode SCOR bertujuan untuk mengetahui bagaimana kinerja rantai pasok saat ini pada CV Dua Dara. Telur ayam kampung yang telah diperiksa terlebih dahulu oleh CV Dua Dara untuk dikirim ke supermarket. Waktu yang dibutuhkan oleh CV Dua Dara dalam mendistribusikan telur ayam kampung kepada agen ritel adalah dalam waktu kurang dari 1 hari, karena sifat telur yang tidak bisa tahan lama. Hasil perhitungan kinerja rantai pasok dengan matriks SCOR menghasilkan nilai *perfect order fulfillment* (POF) sebesar 92,19% dengan *order fulfillment cycle time* (OFCT) selama 5 hari. Sedangkan nilai *cost of goods sold* (COGS) adalah sebesar 17,00% dengan *cash to cash cycle time* (CTCCT) selama 1 hari.**

***Kata kunci*—*Kinerja, Telur Ayam Kampung, Matriks SCOR, Rantai Pasok*.**

I. PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negera yang memiliki luas daratan mencapai jutaan kilometer, dengan luas tersebut jika dikembangkan secara maksimum dan dimanfaatkan dengan secara baik tentunya dapat menghasilkan nilai yang positif. Keadaan alam yang baik serta didukung pula dengan jumlah penduduk yang terbilang banyak sangat berpengaruh pada kebutuhan hidup masyarakat.

Dengan keadaan peternakan di Indonesia yang terus mengalami pasang surut, sehingga menyebabkan terjadinya kekurangan produksi dari produk hasil peternakan dan masih jauh untuk melakukan swasembada di subsektor peternakan, contohnya pada swasembada telur ayam untuk memenuhi kebutuhan akan protein hewani yang berasal dari ternak. Salah satu cakupan sektor pertanian yang memiliki potensi untuk dikembangkan dan memiliki peranan serta kontribusi penting bagi peternakan di Indonesia adalah Telur Ayam.

CV Dua Dara merupakan salah satu usaha yang bergerak di bidang peternakan dan menangani pemasalahan distribusi telur ayam. Usaha ini hanya berfokus pada mendistribusikan produknya saja tanpa memiliki pemeliharaan langsung peternakannya sendiri. Dapat dikatakan usaha ini bergerak dari sektor hulu hingga hilir. CV Dua Dara dalam memasarkan produknya ke konsumen yaitu dengan cara memasarkan produknya ke swalayan maupun ritel modern sesuai dengan kesepakatan yang dibuat oleh kedua belah pihak.

Berdasarkan data permintaan yang ada di CV Dua Dara, mendistribusikan telur nya kepada supermarket dengan jumlah yang cukup besar. Adapun data yang dimaksud adalah sebagai berikut:

TABEL 1. DATA PERMINTAAN DI CV. DUA DARA

BULAN	TELUR AYAM KAMPUNG DIBANDUNG	TELUR AYAM KAMPUNG DILUAR BANDUNG
Oktober	6.375	9.532
November	6.175	10.279
Desember	7.525	9.684
Januari	6.525	10.227
Februari	7.675	9.243
Maret	6.550	8.789
April	8.025	9.073
Mei	6.450	9.632
Juni	7.775	9.841
Juli	5.175	9.964
Agustus	7.525	9.428
September	5.525	9.895
Total	**81.300**	**115.587**

Sumber: Data Perusahaan (CV. Dua Dara) Bandung, 2019.

Berdasarkan tabel diatas terlihat bahwa terdapat permintaan yang besar dari supermarket. Kedua dari permintaan diatas yang memesan relatif berbeda dari setiap bulannya, karena penghasilan produksi telur setiap bulannya yang berbeda–beda. CV Dua Dara dapat memenuhi pemintaan telur pada bulan Oktober tahun 2018 hingga bulan September tahun 2019 sebanyak 81.300 untuk telur ayam kampung di Bandung dan 115.587 untuk telur ayam kampung diluar Bandung. Dengan demikian kondisi permintaan yang besar seperti ini sebaiknya CV Dua Dara melakukan manajemen rantai pasok dengan baik, agar produksinya dapat diterima konsumen dengan cepat dan memiliki kualitas dan kuantitas yang maksimal.

Dalam kasus ini, CV Dua Dara membutuhkan pengukuran kinerja dalam manajemen rantai pasok agar dapat diketahui seberapa besar kekurangan dalam kinerja yang telah ditentukan sebelumnya. Oleh karena itu, penulis mecoba untuk membuat penelitian yang berjudul "Analisis Pengukuran Kinerja Manajemen Rantai Pasok Produk Telur Ayam Kampung pada CV Dua Dara dengan Menggunakan Metode SCOR di Ciwastra Bandung"

Berdasarkan pendahuluan diatas, maka diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pola aliran rantai pasok pada produk telur di CV Dua Dara Ciwastra Bandung saat ini?
2. Bagaimana kinerja rantai pasok pada produk telur dengan menggunakan metode SCOR di CV Dua Dara Ciwastra Bandung?

II. LANDASAN TEORI

A. Manajemen Rantai Pasok

Supply chain adalah jaringan perusahaan-perusahaan yang secara bersama-sama bekerja untuk menciptakan dan menghantarkan suatu produk ke tangan pemakai akhir. Perusahaan tersebut biasanya termasuk supplier, pabrik, distributor, toko, atau ritel, serta perusahaan-perusahaan pendukung seperti perusahaan jasa logistik. (Pujawan, 2010).

Apabila kita mengacu pada sebuah perusahaan manufaktur, kegiatan-kegiatan utama yang termasuk dalam klasifikasi SCM adalah : Kegiatan merancang produk baru (product development), Kegiatan mendapatkan bahan baku (*procurement*, *purchasing*, atau *supply*), Kegiatan merencanakan produksi dan persediaan (*planning and control*), Kegiatan merencanakan produksi (*production*), Kegiatan melakukan pengiriman/distribusi (*distribution*), dan Kegiatan pengelolaan pengembangan produk/barang (*return*).

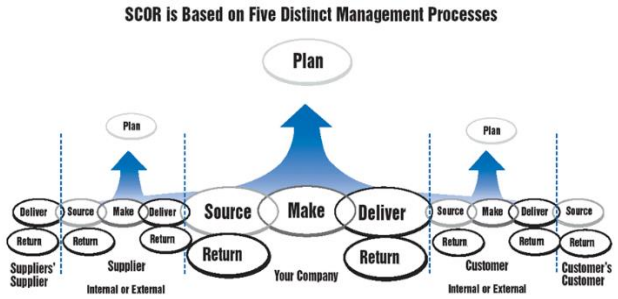
Pengukuran kinerja *supply chain* memiliki peranan penting dalam mengetahui kondisi perusahaan, apakah mengalami penurunan atau peningkatan serta perbaikan apa yang harus dilakukan untuk meningkatkan kinerja mereka. Pengukuran kinerja *supply chain* adalah sistem pengukuran kinerja yang bertujuan untuk membantu memonitoring jalannya aplikasi *Supply Chain Management* (SCM) agar berjalan dengan baik. Oleh karena itu, indikator kinerja yang digunakan lebih bersifat spesifik dan relatif berbeda dengan sistem pengukuran kinerja organisasi. Sistem ini lebih bersifat integratif dengan area kerja yang meliputi pemasok, pabrik, dan distributor yang bertujuan mencapai keberhasilan implementasi *supply chain*.

Suatu rantai pasok mencakup semua tahap, yang secara langsung atau tak langsung, dalam memenuhi permintaan pelanggan. Rantai pasok itu tidak hanya mencakup perusahaan manufaktur dan pemasok, tetapi juga pihak-pihak yang terlibat dalam kegiatan transportasi, pergudangan, pengecer, dan para pelanggan itu sendiri. Dalam setiap organisasi, rantai pasok tersebut mencakup semua fungsi yang terlibat dalam pemenuhan permintaan pelanggan (Chopra dan Meindl, 2001).

B. Supply Chain Management Reference (SCOR)

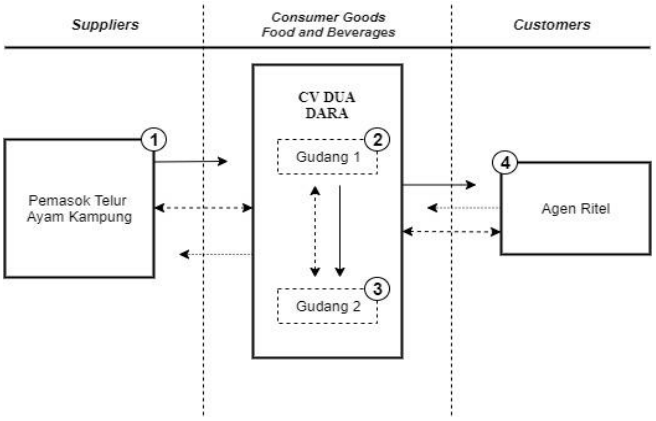
Salah satu cara mengukur kinerja *supply chain* adalah dengan menggunakan metode SCOR (*Supply Chain Operation Reference*). Metode ini diperkenalkan oleh *Supply Chain Council* (SCC) sebagai model pengukuran kinerja *supply chain* pada lintas industri. Model SCOR adalah suatu model acuan proses untuk operasi rantai pasok yang dikembangkan oleh SCC, Pittsburgh, PA (Bolstorff *and* Rosenbaum, 2003 dalam Mardhiyah, 2008).

Menurut Pujawan (2010), SCOR membagi proses proses rantai pasokan menjadi lima proses antara lain *Plan* (proses perencanaan), *Source* (proses pengadaan), *Make* (proses produksi), *Deliver* (proses pengiriman), dan *Return* (proses pengembalian).



Sumber: SCOR version 12.0 handbook.
Gambar 1. Model SCOR (Sumber: *Supply Chain Council*)

III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN



Gambar 2. Pola Aliran Rantai Pasok Telur Ayam Kampung dari pemasok hingga konsumen
Sumber: Data sekunder diolah, 2019.

Keterangan:

: Aliran material
: Aliran uang
: Aliran informasi

Pada gambar 2 menunjukkan aliran rantai pasok telur ayam kampung di CV Dua Dara beserta entitas atau pelaku utama yang terlibat di dalamnya. Berikut penjelasan entitas dan beserta aliran rantai pasok telur ayam kampung yang selama ini telah berjalan.

- *Supplier (1)*

Rantai pada rantai pasok diawali dari peternak telur, yang merupakan sumber penyedia sebagai pemasok telur ayam kampung. Pemasok telur ayam kampung ini berasal dari Blitar, Jawa Timur. Pemasok telur ayam kampung tersebut telah diajak bekerjasama untuk menjaga ketersediaan telur secara kontinuitas. Harga beli dari pemasok berdasarkan kesepakatan atara mitra dan perusahaan. Pemesanan telur dari pemasok dilakukan setiap ada pesanan yang diminta dari supermarket. Biasanya pemesanan telur ayam kampung bisa mencapai 17,000 butir setiap sekali pesanan. Setelah dipesankan, telur ayam kampung dikirim langsung ke gudang CV Dua Dara, dimana telur ayam kampung tersebut akan diproses di gudang CV Dua Dara.

- *Consumer Goods Food And Beverages (2 dan 3)*

Selanjutnya pada rantai pasok kedua dan ketiga, dari *supplier* menuju *distributor* dimana tempat mengkonservasi ataupun menyelesaikan produk yang akan dikemas sebelum di distribusikan. Sebelum telur dikemas, telur dibawa ke gudang dan dilakukannya *quality control* untuk menjaga tidak adanya telur yang rusak dan segera dipisahkan. Setelah dilakukannya *quality control* pada telur, telur yang layak untuk dikemas dibawa ke ruangan khusus *packing*. Pengemasan telur ayam kampung CV Dua Dara dilakukan di ruangan khusus *packing* telur, agar tetap aman dan *hygienic*. Pengemasan telur ayam kampung di *packaging* sesuai dengan pesanan yang diminta oleh supermarket. Ada 2 waktu yang dilakukan CV Dua Dara dalam pengemasan telur, pertama pada pukul 7 pagi untuk pengiriman di daerah Bandung, sedangkan untuk pengiriman ke daerah Luar Bandung mulai dari pukul 7 malam. Pembagian waktu untuk pengemasan telur yang dilakukan CV Dua Dara, agar telur yang dikemas masih *fresh* untuk di distribusikan ke *supermarket*.

- *Distributor (4)*

Produk yang dipesan oleh pelanggan (*agen ritel*), akan disalurkan dengan menggunakan armada sendiri. Pengiriman dengan menggunakan armada sendiri dilakukan pengiriman area Bandung maupun Luar Bandung. Armada yang dimiliki CV Dua Dara berjumlah dua kendaraan yang berkapasitas 400-600 pcs telur pada setiap kendaraan dan pengiriman.

Pada rantai ini, bisa terjadi transaksi antara perusahaan dengan *agen ritel* yang meliputi proses secara langsung seperti menerima pesanan, pembayaran dan memenuhi permintaan pelanggan. Pelanggan produk yang berupa *agen ritel* merupakan pedagang besar yang menjual berbagai jenis produk.

- Metrik SCOR Level 1

Untuk menganalisis dan mengevaluasi kinerja rantai pasok dari CV Dua Dara, digunakan SCOR Model Versi 9.0. Analisis akan dilakukan melalui tahapan atau level 1 (satu), yaitu kinerja penyampaian CV Dua Dara dalam menyampaikan telur kepada pelanggan (toko). Bolstorff (2003) menjelaskan bahwa analisis level 1 (satu) dimulai dengan mendefinisikan tujuan bisnis perusahaan. Hal ini dilakukan agar evaluasi kinerja rantai pasok yang akan dilakukan sejalan dengan strategi perusahaan dan fokus pada tujuan utama yang ingin dicapainya.

Perfect Order Fulfilment (POF) adalah presentase dari pesanan yang terkirim lengkap dan pada waktunya sesuai dengan permintaan pelanggan dan barang yang dikirim tidak memiliki masalah mutu. Perhitungan POF menggunakan rumus sebegai berikut:

$$POF = \frac{Total\ Pesanan - Jumlah\ Pesanan\ yang\ Bermasalah}{Total\ Pesanan}\ x\ 100\%$$

Dapat diketahui kinerja rantai pasok pada metrik POF setiap bulannya cenderung mengalami fluktuasi (naik turun) tidak stabil nya permintaan pada tiap bulannya, dengan rata-

rata kinerja POF selama bulan Oktober tahun 2018 hingga bulan September tahun 2019 adalah sebesar 92,19%, selama bulan Oktober tahun 2018 hingga bulan September tahun 2019 nilai kinerja POF cenderung berada diatas 90% namun masih dibawah target yang ditetapkan perusahaan sebesar 98%. Artinya, saat ini kinerja pengiriman yang dilakukan pada pesanan masih belum dapat terealisasikan dengan baik, atau kinerja pengiriman telur ayam kampung masih terdapat kendala dalam pengiriman.

Order Fulfilment Cycle-Time (OFCT) adalah jumlah waktu (hari) yang dibutuhkan sejak dari order diterima sampai produk diterima ditempat pelanggan. Besarnya nilai OFCT dapat diukur dari rataan jumlah hari yang dibutuhkan dalam pengiriman telur ke pelanggan, mulai dari pelanggan memesan barang hingga barang sampai ke tangan pelanggan. Perhitungan OFCT menggunakan rumus sebagai berikut:

$$OFCT = Jumlah\ Waktu\ Siklus\ Aktual\ Untuk\ Semua\ Pesanan\ Dikirim$$

Misalnya pada bulan Oktober, jangka waktu perusahaan dalam menerima order dari pemasok adalah selama 3 hari, sedangkan waktu order dikirim dari perusahaan ke *agen ritel* adalah 2 hari, maka siklus waktu pesanan diterima dari pemasok hingga ke *agen ritel* adalah 5 hari, begitupun dengan bulan selanjutnya.

Cost of Good Sold (COGS) adalah biaya langsung untuk material dan biaya upah yang dibutuhkan untuk membuat produk. Hal ini dapat memperlihatkan seberapa efisien perusahaan mengelola proses produksi sehingga biaya produksi dapat ditekan. Besarnya COGS ini sebenarnya merupakan sesuatu yang rahasia bagi suatu perusahaan. Karena hal ini menyangkut biaya yang berhubungan dengan Harga Pokok Penjualan suatu barang dan berhubungan langsung dengan keuntungan (profit) perusahaan, sehingga banyak perusahaan yang tidak bersedia memberikan data-data atau informasi mengenai COGS ini. Namun dengan demikian perusahaan dapat memberikan secara presentase nilai COS untuk pembelian produk dan penjualan produk hingga sampai ke pelanggan. Perhitungan COGS menggunakan rumus sebagai berikut:

$$COGS = Inventori\ Awal + Pembelian\ Selama\ Periode - Inventori\ Akhir$$

Berdasarkan perhitungan bahwa nilai rata-rata COGS sebesar 17,00%. Kinerja CV Dua Dara dalam kemampuan perusahaan memenuhi pesanan pelanggan dengan Harga Pokok Penjualan serendah mungkin masih belum bisa memenuhi keinginan dan harapan pelanggan, sehingga perlu untuk melakukan evaluasi terhadap permasalahan yang berhubungan dengan harga pokok penjualan. Indikator yang menandakan bahwa kemampuan perusahaan untuk memenuhi pesanan pelanggan dengan harga pokok penjualan adalah nilai COGS nya yang sekecil mungkin. Semakin nilai COGS yang dimiliki perusahaan semakin kecil, maka semakin baik kemampuan perusahaan untuk memenuhi pesanan pelanggan dengan harga pokok penjualan yang sekecil mungkin.

Cash-to-Cash Cycle Time (CTCCT) adalah metrik untuk mengukur kecepatan *supply chain* mengubah persediaan menjadi uang. Semakin pendek waktu yang dibutuhkan, maka semakin bagus *supply chain*. Perusahaan baik memiliki siklus *cash-to-cash* pendek. Ada tiga (3) komponen dalam perhitungan CTCCT adalah:

Satu, rataan *account receivable* (hari) merupakan ukuran seberapa cepat pelanggan membayar barang yang sudah diterima. Dua, rataan *account payable* (hari) mengatur kecepatan perusahaan membayar ke pemasok untuk material/komponen yang sudah diterima. Ketiga, rataan persediaan (dalam hari, yaitu *inventory days of supply*). Dengan ketiga (3) komponen tersebut, perhitungan *cash to cash cycle time* menggunakan rumus sebagai berikut:

$$CTCCT = Inventory\ Days\ of\ Supply + Average\ Days\ of\ Account\ Recivable - Average\ Days\ of\ Account\ Payable$$

Dapat diketahui metrik CTCCT, CV Dua Dara mencatat waktu yang dibutuhkan adalah 1 hari pada bulan Oktober tahun 2018 hingga bulan September tahun 2019 dengan rincian: 1 hari IDS, 1 hari A/P dan 10 hari A/R diperoleh nilai CTCCT sebagai berikut: 1 hari + 1 hari – 1 hari = 1 hari.

Setelah memperoleh data aktual berdasarkan keempat metrik tersebut, langkah berikutnya adalah menentukan posisi data aktual dan menetapkan kinerja target (*target performace*) untuk masing-masing metrik berdasarkan data *benchmark* dari perusahaan sejenis. Data *benchmark* ini digunakan untuk menentukan kinerja target, memberikan gambaran mengenai besarnya *gap* antara kinerja perusahaa *(performance gap*) dengan kinerja perusahaan yang menjadi acuan (target) dalam data *benchmark* dan *trend* kinerja dari tahun ke tahun, serta membantu dalam mengarahkan pengembangan rantai pasok.

Data *bencmark* terdiri dari 3 kategori yaitu *superior*, *advantage*, dan *parity*. Apabila data aktual dari suatu metrik berada di posisi superior. Artinya, kinerja perusahaan berdasarkan metrik tersebut sudah dalam posisi terbaik, sehingga tidak perlu lagi dilakukan analisis pada level 2. Namun, bila data aktual berada di posisi *advantage*, *parity* atau di bawah *parity*, maka harus dilakukan analisis lebih rinci pada level-level selanjutnya. Dalam menetapkan kinerja target untuk setiap metrik. *Supply Chain Council* menjelaskan ketentuan penetapan tersebut dalam Bolsstorf (2003, 68). Kinerja target pada kategori *superior* ditetapkan hanya untuk satu atribut yang menjadi fokus perusahaan atau metrik-metrik yang mewakili tujuan bisnis yang utama. Demikian juga dengan kinerja target pada kategori *advantage* hanya dapat diberikan pada satu atribut yang menjadi fokus berikutnya. Sedangkan, kinerja target *parity* ditetapkan untuk dua atribut lainnya.

Tabel 1. di bawah ini berisi data aktual dan *benchmark* dilihat dari Tawangmangu yang terdiri dari tiga kategori untuk mengetahui posisi kinerja CV Dua Dara dan menetapkan kinerja target yang ingin dicapai.

TABEL 1. PERBANDINGAN DATA AKTUAL CV DUA DARA DENGAN DATA *BENCHMARK*

No	Atribut Kinerja	Metrik	Data Aktual	Data *Benchmark* Tawangmangu		
				Superior	*Advantage*	*Parity*
1	*Supply Chain Reliability*	POF	92,14 %	98%	96-97%	94-95 %
2	*Supply Chain Responsiveness*	OFCT	5	4	5-6	7-8
3	*Supply Chain Cost*	COGS	17,00 %	3%	8-4%	13-9%
4	*Supply Chain Asset Management*	CTCCT	1	20	33-21	45-34

Berdasarkan hasil yang terdapat pada tabel 1. diatas diperoleh bahwa sesuai dengan tujuan bisnis utama yang telah ditetapkan CV Dua Dara yaitu memberikan tingkat layanan yang terbaik kepada semua *agen ritel* tanpa adanya kesalahan dan keterlambatan pengiriman telur, maka perusahaan harus menetapkan kinerja target untuk POF pada posisi *superior*. Penetapan kinerja target untuk POF dan OFCT pada posisi *superior* ini sejalan dengan tujuan bisnis utama CV Dua Dara. Metrik untuk tujuan bisnis ke dua yaitu meningkatkan keuntungan (*profit*) perusahaan yang di representasikan dengan metrik COGS dan CTCCT. Pada matriks SCOR tidak disarakan terdapat lebih dari satu tujuan bisnis dengan kinerja target pada posisi *superior*. Lingkup proyek pengembangan rantai pasok yang kompleks, menghendaki adanya pembatasan kinerja target pada posisi *superior* agar usaha perbaikan yang dilakukan fokus hanya pada satu tujuan bisnis saja. Oleh karena itu, kinerja target untuk COGS ditetapkan pada posisi *advantage* dan kinerja target untuk CTCCT pada posisi *parity*. Hal ini juga disebabkan aturan dalam SCOR yang tidak memungkinkan lebih dari satu target pada posisi *advantage*.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

Pola aliran rantai pasok pada CV Dua Dara Ciwastra Bandung, terdapat beberapa entitas yang dilibatkan, yaitu pemasok (*supplier*) telur ayam, pemanufaktur (*agen ritel*), dan konsumen akhir. CV Dua Dara mengumpulkan telur ayam kampung dari pemasok telur untuk dikirimkan ke *agen ritel* (supermarket) hal ini terdiri dari BORMA, TOKMA dan Naga Swalayan. Setiap harinya CV Dua Dara mendapat pasokan telur ayam kampung dari peternak dan dilakukan proses pemilihan telur, yang bertujuan agar tidak rusak/pecah pada saat di kirim dari Jawa Timur sampai ke Bandung yang berjarak tempuh selama 3 hari. Setelah diperiksa dan dipilih telur yang masih layak kemudian di *packing*, lalu di naikkan ke dalam mobil yang berkapasitas 400-600 telur sesuai dengan pesanan perusahaan. Waktu yang diperlukan untuk mendistribusikan telur ayam kampung ke *agen ritel* (supermarket) adalah dalam waktu kurang dari 1 hari, karena jarak masih berada di wilayah yang tidak jauh dari CV Dua Dara, maka waktu yang dihabiskan dalam pengiriman telur selama kurang lebih 2-4 jam.

Berdasarkan hasil analisis kinerja rantai pasok dengan menggunakan metode SCOR dapat disimpulkan:

1. Pada indikator *perfect order fullfilment* (POF) menunjukan persentase jumlah pesanan dari total pesanan yang diterima yang mampu dilakukan secara sempurna oleh CV Dua Dara Ciwastra Bandung adalah sebesar 92,19%.
2. Pada indikator *crder fullfilment cycle time* (OFCT) menunjukan lamanya waktu ketika pesanan diterima oleh CV Dua Dara Ciwastra Bandung hingga pesanan tersebut diterima konsumen adalah selama 5 hari.
3. Pada indikator *cost of good sold* (COGS) menunjukan kemampuan CV Dua Dara Ciwastra Bandung dalam mengelola proses produksi secara efisien sehingga biaya produksi dapat ditekan adalah sebesar 15,42%.
4. Pada indikator *cash to cash cycle time* (CTCCT) menunjukan rentang waktu antara pembayaran dari perusahaan ke pemasok sampai pembayaran dari konsumen ke perusahaan adalah selama 1 hari. Hal tersebut menunjukan CTCCC yang dilakukan CV Dua Dara Ciwastra Bandung sudah baik karena semakin pendek waktu pembayaran tersebut maka kinerja rantai pasok tersebut sudah baik.

- Saran

Berdasarkan hasil penelitian maka, saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut:

1. Untuk meningkatkan nilai *perfect order fullfilment* (POF) pada CV dua Dara, sebaiknya perusahaan meningkatkan kinerja pengiriman telur ke supermarket (*agen ritel*) dengan cepat. Agar bisa mengefisiensikan waktu pengiriman telur ayam kampung tidak cepat rusak saat proses pengiriman berlangsung. Dengan alternatif lain mencari jalur yang aman selama dalam proses pengiriman telur yang menghabiskan waktu cukup lama.
2. Untuk meningkatkan nili *order fullfilment cycle time* (OFCT) pada Cv Dua Dara, sebaiknya perusahaan dapat mempercepat waktu pengiriman telur ayam kampung dari CV Dua Dara hingga ke supermarket (*agen ritel*).
3. Untuk meningkatkan *cost of good sold* (COGS) pada Cv Dua Dara, sebaiknya perusahaan dalam biaya produksi bisa lebih ditekan agar dapat meminimalisir harga yang dijual dari pemasok tidak meningkat tinggi jika telur dijual kepada *agen ritel*.
4. Untuk *cash to cash cycle time* (CTCCT) pada C Dua Dara sudah cukup baik, karena tidak adanya kegiatan hutang piutang antara CV Dua Dara dengan pemasok telur, begitu juga dengan *agen*

ritel.

DAFTAR PUSTAKA

[1] Appley A, Lawrence dan Lee, Oey Liang. 2010. *Pengantar Manajemen*. Jakarta: salemba Empat.

[2] Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta

[3] Assauri, Sofjan. 2008. *Manajemen Produksi dan Operasi*. Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia. Jakarta.

[4] Jay Heizer dan Barry Render (2010). *Oprerations Management-Manajemen Operasi*. Edisi 9 Buku 2. Jakarta: Salemba Empat

[5] Latifah Dinar Wigaringtyas (2013). Pengukuran Kinerja *Supply Chain Management* dengan pendekatan *Suppy Chain Operation Reference* (SCOR). Studi kasus di UKM Batik Sekar Arum, Pajang, Surakarta.

[6] Ellram, L. M., & Murfield, M. L. U. (2019). Supply chain management in industrial marketing–Relationships matter. *Industrial Marketing Management*.

[7] Christopher, Martin. 2011. *Logistics and Supply Chain Management Fourth Edition*. London. Prentice Hall