

**PENGARUH KOMPETENSI MANAJERIAL DAN PRAKTIK
MANAJEMEN RANTAI PASOK TERHADAP KINERJA
USAHA *COFFEE SHOP* DI KOTA MEDAN**

TESIS

OLEH

**ARI ISMOYO
NPM. 231802002**



**PROGRAM STUDI MAGISTER AGRIBISNIS
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2025**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 8/8/25

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)8/8/25

**PENGARUH KOMPETENSI MANAJERIAL DAN PRAKTIK
MANAJEMEN RANTAI PASOK TERHADAP KINERJA
USAHA *COFFEE SHOP* DI KOTA MEDAN**

TESIS

Sebagai persyaratan untuk memperoleh Gelar Master
Program Studi Magister Agribisnis

OLEH

**ARI ISMOYO
NPM. 231802002**

**PROGRAM STUDI MAGISTER AGRIBISNIS
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2025**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 8/8/25

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)8/8/25

**UNIVERSITAS MEDAN AREA
PROGRAM PASCASARJANA
MAGISTER AGRIBISNIS**

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul : Pengaruh Kompetensi Manajerial dan Praktik Manajemen Rantai Pasok terhadap Kinerja Usaha *Coffee Shop* di Kota Medan
Nama : Ari Ismoyo
NPM : 231802002

Menyetujui,

Pembimbing I,



Prof. Dr. Ir. Tri Martial, MP

Pembimbing II,



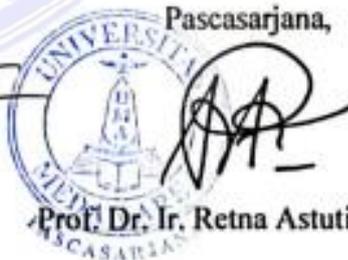
Dr. Endang Sari Simanullang, SP., M.Si

**Ketua Program Studi
Magister Agribisnis,**



Prof. Ir. Zulkarnain Lubis, MS, Ph.D

**Direktur
Pascasarjana,**



Prof. Dr. Ir. Retna Astuti K., M.S

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam tesis ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Medan, 14 Mei 2025

Yang menyatakan



Ari Ismoyo

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TESIS UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

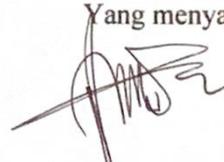
Sebagai civitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan
dibawah ini :

Nama : Ari Ismoyo
NPM : 231802002
Program Studi : Magister Agribisnis
Fakultas : Pascasarjana
Jenis Karya : Tesis

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada
Universitas Medan Area Hak Bebas Royalti Noneklusif (Non-exclusive Royalty-
Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul : Pengaruh Kompetensi Manajerial
dan Praktik Manajemen Rantai Pasok terhadap Kinerja Usaha *Coffee Shop* di Kota
Medan. Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini Universitas Medan Area berhak
menyimpan, mengalih media/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data
(database), merawat dan mempublikasikan tesis saya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Medan
Pada Tanggal : 14 Mei 2025
Yang menyatakan



Ari Ismoyo

**PENGARUH KOMPETENSI MANAJERIAL DAN PRAKTIK
MANAJEMEN RANTAI PASOK TERHADAP KINERJA USAHA
COFFEE SHOP DI KOTA MEDAN**

Nama : Ari Ismoyo
NPM : 231802002
Pembimbing I : Prof. Dr. Ir. Tri Martial, MP
Pembimbing II : Dr. Endang Sari Simanullang, SP., M.Si

ABSTRAK

Coffee Shop merupakan ujung dari subsistem agribisnis kopi yaitu produsen produk olahan kopi ke konsumen. Bisnis *Coffee Shop* tumbuh dan berkembang secara beragam di Kota Medan. Tingginya kompetisi *Coffee Shop* di Kota Medan berdampak terhadap kinerja usaha. Beberapa *Coffee Shop* juga ditemukan tidak beroperasi lagi dan akhirnya tutup. Tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis pengaruh kompetensi manajerial dan praktik manajemen rantai pasok terhadap kinerja usaha *Coffee Shop* di Kota Medan. Metode Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif menggunakan kuesioner. Data dianalisis dengan menggunakan *Structural Equation Modelling - Partial Least Square Second Order* karena variabel dalam kompetensi manajerial dan praktik manajemen rantai pasok bersifat multidimensional. Responden dipilih menggunakan metode *purposive sampling* dengan jumlah responden 35 manajer atau pemilik usaha *coffee shop* di Kota Medan dengan beberapa kriteria. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kompetensi manajerial berpengaruh positif secara signifikan terhadap praktik manajemen rantai pasok dan kompetensi manajerial berpengaruh positif secara signifikan terhadap kinerja usaha. Sedangkan praktik manajemen rantai pasok terhadap kinerja usaha *Coffee Shop* tidak berpengaruh signifikan. Praktik manajemen rantai pasok belum mampu menekan biaya bahan baku kopi. Oleh karena itu, untuk meningkatkan kinerja usaha pelaku usaha dapat meningkatkan volume penjualan dengan fokus pada penerapan strategi bauran pemasaran.

Kata kunci: *Coffee Shop*, Kompetensi Manajerial, Rantai Pasok, Kinerja Usaha

THE INFLUENCE OF MANAGERIAL COMPETENCE AND SUPPLY CHAIN MANAGEMENT PRACTICES ON COFFEE SHOP BUSINESS PERFORMANCE IN MEDAN CITY

Nama : Ari Ismoyo
NPM : 231802002
Pembimbing I : Prof. Dr. Ir. Tri Martial, MP
Pembimbing II : Dr. Endang Sari Simanullang, SP., M.Si

ABSTRACT

Coffee Shop represents the final stage of the coffee agribusiness subsystem, serving as the producer of processed coffee products for consumers. The Coffee Shop business in Medan has grown and developed in various ways. The intense competition among Coffee Shops in Medan has affected business performance. Some have even ceased operations and eventually closed. This study aims to analyze the influence of managerial competence and supply chain management practices on the business performance of Coffee Shops in Medan. The research employs a descriptive quantitative approach using questionnaires. Data is analyzed using Structural Equation Modeling - Partial Least Squares Second Order, as the variables in managerial competence and supply chain management practices are multidimensional. Respondents were selected using the purposive sampling method with a total of 35 respondents, coffee shop managers or business owners in Medan City with several criteria. The results indicate that managerial competence has a significant positive effect on supply chain management practices and a significant positive effect on business performance. Meanwhile, supply chain management practices in the coffee shop business do not have a significant effect on performance. Supply chain management practices have not been effective in reducing coffee raw material costs. Therefore, to improve business performance, business owners can increase sales volume by focusing on implementing marketing mix strategies.

Keywords: Coffee Shop, Managerial Competency, Supply Chain, Business Performance

KATA PENGANTAR

Puji syukur Penulis sanjungkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis yang berjudul **“Pengaruh Kompetensi Manajerial dan Praktik Manajemen Rantai Pasok terhadap Kinerja Usaha *Coffee Shop* di Kota Medan”**. Dalam penyusunan tesis ini penulis telah banyak mendapatkan bantuan materil maupun dukungan moril dan membimbing (penulisan) dari berbagai pihak. Untuk itu penghargaan dan ucapan terima kasih disampaikan kepada :

1. Rektor Universitas Medan Area, Prof. Dr. Dadan Ramdan, M.Eng, M.Sc .
2. Direktur Pascasarjana Universitas Medan Area, Prof. Dr. Ir. Retna Astuti Kuswardani, MS.
3. Ketua Program Studi Magister Agribisnis, Prof. Ir. Zulkarnain Lubis, MS, Ph.D.
4. Prof. Dr. Ir. Tri Martial, MP dan Dr. Endang Sari Simanullang, SP., M.Si selaku Komisi Pembimbing yang telah membimbing dan memperhatikan selama masa penyusunan Tesis ini.
5. Orang tua tercinta Bapak Rasiman dan Ibu Parmini atas doa dan dukungannya.
6. Istri tercinta Sri Ariani Safitri, SP, M.Si beserta anak-anak Muhammad Taqa Athafariz Arsyah dan Muhammad Satya Arsyah atas segala jerih payah dalam membantu dan mendoakan selama masa penyusunan tesis ini.
7. Rekan-rekan mahasiswa Pascasarjana Universitas Medan Area seangkatan 2023.

Penulis menyadari bahwa Tesis ini masih banyak kekurangannya, oleh karena itu dengan segala kerendahan hati penulis membuka diri untuk menerima saran maupun kritikan yang konstruktif, dari para pembaca demi penyempurnaannya. Semoga Tesis ini dapat bermanfaat.

Medan, Februari 2025

(Ari Ismoyo)
NPM : 231802002

DAFTAR ISI

Halaman

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	ii
DAFTAR TABEL	iv
DAFTAR GAMBAR	v
DAFTAR LAMPIRAN	vi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 <i>Coffee Shop</i>	7
2.3 Praktik Manajemen Rantai Pasok.....	16
2.4 Kinerja Usaha.....	20
2.5 Penelitian Terdahulu.....	22
2.6 Hipotesis.....	24
2.7 Kerangka Pemikiran.....	25
BAB III METODE PENELITIAN	26
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	26
3.2 Jenis Penelitian.....	27
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	27
3.4 Analisis Data.....	28
3.5 Definisi Operasional.....	33
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	35
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	35
4.2 Perkembangan <i>Coffee Shop</i> di Kota Medan.....	36
4.3 Karakteristik Responden.....	37
4.4 Hasil Penelitian.....	41
4.5 Pembahasan Penelitian.....	53
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	64

5.1 Kesimpulan.....	64
5.2 Saran.....	65
DAFTAR PUSTAKA.....	66
LAMPIRAN.....	72



DAFTAR TABEL

Tabel 1. Jumlah Wajib Pajak <i>Coffee Shop</i> di Medan 2019 – 2024.....	2
Tabel 2. Skala Pengukuran yang digunakan dalam penelitian.....	28
Tabel 3. Variabel dan Atribut Pada Model Penelitian	33
Tabel 4. Definisi Variabel.....	33
Tabel 5. Jadwal Penelitian.....	34
Tabel 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	37
Tabel 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	38
Tabel 8. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	39
Tabel 9. Karakteristik Responden Berdasarkan Jabatan Pelaku Usaha	40
Tabel 10. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Usaha	40
Tabel 11. Indikator Skor Tingkat Kinerja Usaha	41
Tabel 12. Kinerja Usaha <i>Coffee Shop</i> Kota Medan	41
Tabel 13. Analisis PLS Algorithm Hasil Uji Keterkaitan Variabel pada <i>Outer Loading</i>	44
Tabel 14. Analisis PLS Algorithm Hasil Uji Keterkaitan Variabel pada <i>Outer Loading</i> Setelah Eliminasi.....	45
Tabel 15. Hasil Uji Validitas Variabel Kompetensi Manajerial	47
Tabel 16. Hasil Uji Validitas Variabel Praktik Manajemen Rantai Pasok	47
Tabel 17. Hasil Uji Validitas Variabel Kinerja Usaha.....	47
Tabel 18. Nilai <i>AVE</i> , <i>Compose Reliability</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i>	48
Tabel 19. Hasil Uji <i>Goodness of Fit</i>	49
Tabel 20. Hasil Analisis <i>R-Square</i>	50
Tabel 21. Uji t-statistik.....	51
Tabel 22. Frekuensi Peningkatan Keuntungan <i>Coffee Shop</i> di Kota Medan	54
Tabel 23. Indikator Skor Tingkat Kompetensi Manajerial	56
Tabel 24. Indikator Skor Tingkat Praktik Manajemen Rantai Pasok.....	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Pemikiran Penelitian.....	25
Gambar 2. Konsep Model <i>Path Modelling PLS (Partial Least Square)</i>	32
Gambar 3. Peta Kota Medan	35
Gambar 4. Model SEM <i>First Order Construct</i>	43
Gambar 5. Model Kompetensi Manajerial dan Praktik Manajemen Rantai Pasok terhadap Kinerja Usaha <i>Coffee Shop</i>	46
Gambar 6. Final Model Kompetensi Manajerial dan Praktik Manajemen Rantai Pasok terhadap Kinerja Usaha <i>Coffee Shop</i>	51



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	72
Lampiran 2 Data Karakteristik Responden	79
Lampiran 3 Skor Responden	76
Lampiran 4 Dokumentasi Penelitian.....	77



BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kopi merupakan salah satu minuman yang paling banyak dikonsumsi secara global dan komoditas utama yang diperdagangkan secara internasional (Nguyen dan Vo, 2021). Industri kopi menghadapi tantangan dan peluang dari perkebunan hingga menjadi minuman kopi (Azzahra et al., 2024). Peningkatan konsumsi kopi erat kaitannya dengan perilaku konsumen dalam mengonsumsi kopi khususnya mengenai perubahan gaya hidup masyarakat dalam mengonsumsi kopi (Purnomo et al., 2021).

Penelitian menunjukkan bahwa terjadi perubahan pola konsumsi kopi saat ini (Kasimin, 2017). Tujuan konsumen ke *Coffee Shop* tidak hanya untuk sekedar meminum kopi, tetapi menjadi tempat menambah relasi bisnis, memunculkan ide baru dan sebagai tempat menghibur diri, menjaga hubungan pertemanan, mengobrol dan berkumpul dengan teman, menambah teman baru, bermain *game* ataupun berdiskusi dengan rekan bisnis (Febrianingsih et al., 2023; Herlyana, 2012; Hurdawaty et al., 2023). *Coffee Shop* adalah ujung dari subsistem agribisnis kopi yaitu produsen produk olahan kopi ke konsumen (Mochammad et al., 2020). Tingginya jenis minuman berbahan baku kopi yang dibutuhkan konsumen menuntut ketersediaan pasokan yang berkelanjutan dari sisi hulu yakni petani kopi (Rosiana, 2020).

Coffee shop adalah tempat yang menyediakan minuman utama berbasis kopi dengan suasana yang nyaman, santai (*indoor* atau *outdoor*) dan dilengkapi dengan alunan musik (pemutar audio ataupun *live music*), televisi, bacaan, serta koneksi

internet nirkabel (*wifi*) (Kasimin, 2017; Dahlan et al., 2023). Selain itu, *coffee shop* juga didesain dengan interior yang memiliki ciri khas serta memberikan pelayanan yang ramah (Abdurrahman et al., 2021; Dhita et al., 2022; Simarmata et al., 2022). Kota medan merupakan salah satu kota yang mengalami peningkatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) *Coffee Shop* setiap tahunnya (Harahap dan Absah, 2020). Berdasarkan Jumlah Wajib Pajak dan Pendapatan Pajak Kota Medan pada tahun 2019-2022, jumlah *Coffee Shop* mengalami peningkatan dari jumlah 100 *Coffee Shop* menjadi 353 *Coffee Shop*. Hingga pada tahun 2024 jumlah *coffee shop* di Kota Medan mencapai 400 badan usaha aktif. Hal ini mengindikasikan bahwa bisnis *Coffee Shop* di Kota Medan bertumbuh dan berkembang secara beragam yang membuat tingginya tingkat persaingan. Tingginya kompetisi *Coffee shop* di Kota Medan tentunya berdampak terhadap kinerja usaha.

Tabel 1. Jumlah Wajib Pajak *Coffee Shop* di Medan 2019 – 2024

Tahun	Jumlah Wajib Pajak <i>Coffee Shop</i> Kota Medan		
	Aktif	Tutup	Jumlah
2019	100		100
2020	148		148
2021	240		240
2022	353		353
2023	316	33	349
2024	400	5	405

Sumber : Badan Pendapatan Daerah Kota Medan (2024)

Tabel 1. Menunjukkan bahwa pada tahun 2023 terdapat 33 badan usaha kategori *coffee shop* yang tutup dan pada tahun 2024 sebanyak 5 badan usaha karena kinerja usaha yang kurang baik. Penelitian menunjukkan bahwa beberapa usaha *coffee shop* memiliki kinerja yang kurang baik sehingga harus *shut down* dalam kurun waktu kurang dari tiga tahun (Iman et al., 2022; Muhammad dan Noviaristanti, 2021; Paloma et al., 2022). Sejalan dengan hasil penelitian Manalu

(2023) juga menunjukkan bahwa 50 persen usaha *coffee shop* di Kota Medan tidak mengalami peningkatan laba dari waktu ke waktu. Beberapa *coffee shop* juga ditemukan tidak beroperasi lagi dan akhirnya tutup (Harahap et al., 2021). Hal ini menunjukkan bahwa kinerja usaha *coffee shop* di Kota Medan tidak dalam kondisi yang ideal.

Penelitian Douglas et al (2018) menyatakan fenomena bahwa *coffee shop* lebih banyak cenderung gagal di tahun pertama dan kedua. Penyebab gagalnya bisnis *coffee shop* adalah pelaku usaha tidak memiliki keterampilan sebagai seorang bisnis manajer, tidak memiliki pengalaman sebelumnya untuk mengelola sebuah bisnis dan tidak memiliki keterampilan dalam merancang bisnisnya agar dapat bersaing dalam persaingan yang kompetitif (Parsa dan Gregory, 2011). Penelitian Penelitian Sunarjanto et al (2016) menunjukkan bahwa faktor *non* keuangan yang dapat menyebabkan kegagalan UMKM adalah kurangnya keterampilan manajemen, kurangnya kontrol internal oleh manajer dan faktor lingkungan eksternal (pelanggan, pemasok distributor).

Selain itu (Aulia, 2020) menyatakan beberapa pelaku usaha masih memiliki tingkat kompetensi yang rendah dalam mengelola bisnisnya, sehingga menghadapi kesulitan dalam mengembangkan usaha. Kesenjangan antara tuntutan kompetensi manajerial yang tinggi dan keterampilan yang dimiliki menyebabkan banyak usaha sulit bertahan dan bersaing di pasar.

Berdasarkan Porter (1985) menyatakan bahwa perusahaan terkadang gagal bukan disebabkan oleh faktor eksternal, melainkan terutama oleh faktor internal yaitu kemampuan manajerial yang tidak adaptif terhadap perubahan lingkungan.

Pemilik *coffee shop* skala kecil umumnya berperan ganda sebagai manajer dan pengelola. Oleh karena itu, kompetensi manajerial yang mencakup perencanaan, pengorganisasian, administrasi, dan komunikasi sangat diperlukan untuk meningkatkan kinerja usaha (Chye et al., 2010). Selain itu seorang manajer juga membutuhkan keterampilan interpersonal dan kepemimpinan yang baik sehingga dapat menentukan pengambilan keputusan strategi bisnis yang dapat mempengaruhi kinerja perusahaan (Wardani et al., 2016).

Disisi lain, untuk meningkatkan kinerja usaha perlu didukung oleh praktik manajemen rantai pasok secara optimal dan baik (Kartika et al., 2020). Selanjutnya Li et al (2006) menyatakan bahwa manajemen rantai pasokan yang efektif dapat meningkatkan kinerja perusahaan melalui lima dimensi utama rantai pasokan, yaitu hubungan dengan pemasok (*supplier relationship*), hubungan dengan pelanggan (*customer relationship*), tingkat berbagi informasi (*level of information sharing*), kualitas informasi (*level of information*), dan strategi penundaan (*postponement*). Menurut Kurniawan et al (2019) praktik manajemen rantai pasok memiliki dampak positif terhadap kinerja perusahaan. Semakin efektif dan terstruktur proses manajemen rantai pasok yang diterapkan, semakin tinggi pula peningkatan kinerja usaha.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kompetensi manajerial dan praktik manajemen rantai pasok terhadap kinerja usaha *coffee shop* di Kota Medan.

1.2 Rumusan Masalah

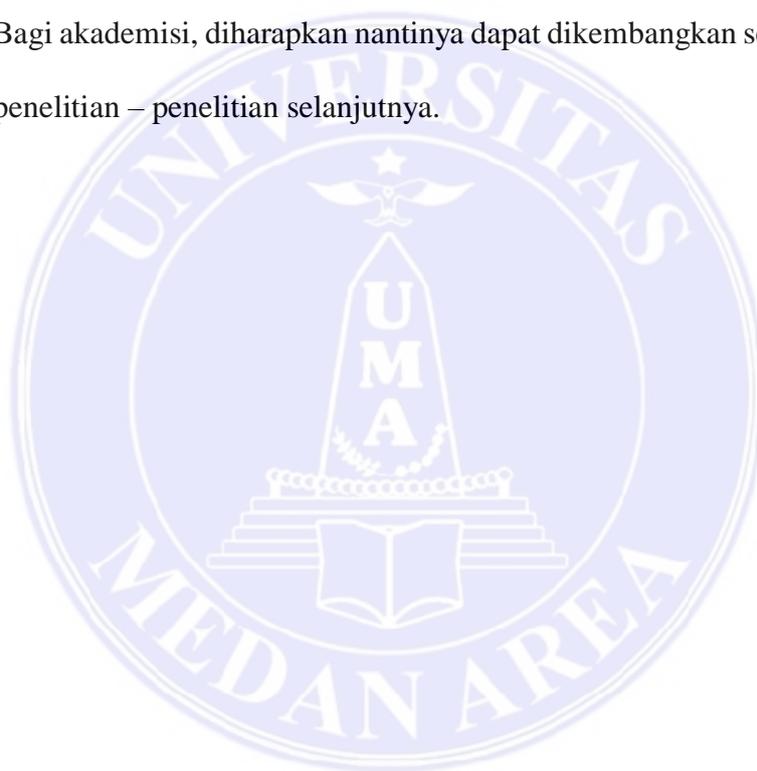
1. Bagaimana kinerja usaha *coffee shop* di Kota Medan ?
2. Apakah terdapat pengaruh kompetensi manajerial terhadap kinerja usaha *coffee shop* di Kota Medan ?
3. Apakah terdapat pengaruh kompetensi manajerial terhadap praktik manajemen rantai pasok *coffee shop* di Kota Medan ?
4. Apakah terdapat pengaruh praktik manajemen rantai pasok terhadap kinerja usaha *coffee shop* di Kota Medan ?
5. Apakah terdapat pengaruh kompetensi manajerial terhadap praktik manajemen rantai pasok melalui praktik manajemen rantai pasok *coffee shop* di Kota Medan ?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengidentifikasi kinerja usaha *coffee shop* di Kota Medan.
2. Untuk menganalisis pengaruh kompetensi manajerial terhadap kinerja usaha *coffee shop* di Kota Medan.
3. Untuk menganalisis pengaruh kompetensi manajerial terhadap praktik manajemen rantai pasok *coffee shop* di Kota Medan.
4. Untuk menganalisis pengaruh praktik manajemen rantai pasok terhadap kinerja usaha *coffee shop* di Kota Medan.
5. Untuk menganalisis pengaruh kompetensi manajerial terhadap praktik manajemen rantai pasok melalui praktik manajemen rantai pasok *coffee shop* di Kota Medan ?

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi pelaku usaha sebagai sarana informasi serta masukan dalam menentukan strategi bersaing dan meningkatkan kinerja usaha.
2. Bagi Penulis, hasil penelitian ini dapat menambah dan memperluas wawasan terkait judul penelitian dan sebagai bahan masukan bagi penelitian selanjutnya.
3. Bagi akademisi, diharapkan nantinya dapat dikembangkan sebagai referensi penelitian – penelitian selanjutnya.



BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 *Coffee Shop*

Coffee shop sebagai industri hilir kopi dapat dikembangkan sebagai usaha skala menengah maupun kecil, tergantung pada kapasitas dan sumber daya yang dimiliki oleh pelaku bisnis. *Coffee shop* merupakan salah satu dari tipe restoran yang saat ini banyak diusahakan oleh para pebisnis. *Coffee shop* menurut Ellis (2004) adalah suatu tempat (kedai) yang menyajikan hasil dari olahan kopi espresso dan kudapan kecil. Dalam perkembangannya, *coffee shop* bukan hanya menyajikan kopi sebagai produk utama, tetapi saat ini berkembang menyediakan makanan kecil dan makanan berat. Secara terminologis, kata *café* berasal bahasa Perancis, yaitu *coffee* yang berarti kopi (Oldenburg, 2001). Di Indonesia, istilah *café* mengalami penyederhanaan dalam ejaan dan pengucapan menjadi kafe (Herlyana, 2012).

Tabel 2. Perbedaan kedai kopi tradisional, kedai kopi semi modern, dan kedai kopi modern

Perbedaan	Kedai kopi tradisional (warkop)	Kedai kopi semi modern (kedai)	Kedai kopi modern (kafe/starbucks dll)
Identitas unggulan	menggunakan gaya tradisional	mengakomodasi gaya modern	gaya modern murni
Segmentasi konsumen	generasi tua	generasi muda	
Menu yang ditawarkan	kopi disajikan dengan teknik tradisional dan menjadi pelengkap makanan lain seperti jajanan tradisional dan nasi	kopi menjadi menu utama dan dilengkapi dengan jajanan tradisional tanpa nasi	kopi menjadi menu utama dan dilengkapi dengan jajanan modern tanpa nasi
Basis jaringan konsumen	komunitas lokal	generasi muda, kelas menengah, kelompok hobi seperti pengendara sepeda, pengendara motor, pecinta musik, dll	pecinta kopi, konsumen impulsif, kelas menengah
Daya tarik/pemasaran	tradisional, konservatif	media sosial dan iklan sederhana	media sosial dan iklan besar-besaran, promosi

(Purnomo et al., 2021)

Coffee Shop awalnya merupakan restoran yang hanya menyediakan tempat untuk menikmati kopi dan teh dengan cepat. Namun, seiring dengan perkembangan dan meningkatnya kebutuhan pelanggan yang semakin beragam, konsep *coffee shop* pun mengalami perubahan hingga menjadi seperti saat ini. Kini, *coffee shop* dilengkapi dengan berbagai fasilitas yang menambah kenyamanan, seperti Wi-Fi, live music, televisi, colokan charger, koleksi buku bacaan, serta desain interior yang santai dan nyaman. (Lukitaningsih, 2021).

Coffee Shop merupakan bagian dari Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Kementerian Keuangan (2023) menyebutkan bahwa UMKM merupakan usaha perdagangan yang dijalankan oleh individu atau badan usaha dengan skala kecil hingga mikro. UMKM terbagi menjadi tiga kategori berdasarkan skala usahanya, yaitu Usaha Mikro, Usaha Kecil, dan Usaha Menengah. Menurut Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021 terdapat kriteria UMKM. Hal ini dapat dilihat pada tabel 3.

Tabel 3. Kriteria UMKM Menurut PP No. 7 Tahun 2021

No.	Jenis Usaha	Kekayaan Bersih (Rp)	Hasil Penjualan Tahunan (Rp)
1	Usaha Mikro	Maks. 1 miliar	Maks. 2 miliar
2	Usaha Kecil	> 1 miliar - 5 miliar	> 2 miliar - 15 miliar
3	Usaha Menengah	> 5 miliar - 10 miliar	> 15 miliar - 50 miliar

Sumber : Kementerian Keuangan (2023)

2.2 Kompetensi Manajerial

Dunia bisnis *coffee shop* saat ini bergerak dinamis dan sangat kompetitif sehingga pelaku bisnis harus memiliki kompetensi manajerial yang akan memungkinkannya untuk bekerja secara efektif dan efisien. Kompetensi manajerial

adalah keterampilan, motif, sikap positif, dan kemampuan yang diperlukan untuk melakukan tugas tepat waktu. Karakteristik tersebut tidak terbatas pada keterampilan komunikasi, kemampuan untuk bekerja dalam lingkungan tertentu, pemecahan masalah, berfokus pada pelanggan, kemampuan untuk memprediksi dan memperkirakan perubahan bisnis (Browell, 2018).

Beberapa penelitian menghubungkan kompetensi manajerial dengan perilaku individu yang ditunjukkan dalam manajemen dan pengendalian suatu organisasi atau perusahaan. Amegayibor (2021) menyatakan bahwa pemimpin dengan gaya kepemimpinan otokratis, karismatik, dan paternalistik dipandang kompeten dalam mempengaruhi kinerja karyawan, mengurangi kesalahan dan meningkatkan kualitas kerja dalam organisasi. Selain itu Ramadan et al., (2024) berpendapat bahwa manajerial, fungsional dan strategis adalah klaster kompetensi yang dianggap perlu dimiliki oleh pelaku usaha.

Spencer dan Spencer (1993) mengklasifikasikan kompetensi ke dalam dua kategori, yaitu kompetensi dasar (*threshold competency*) dan kompetensi pembeda (*differentiating competency*). Kompetensi dasar mencakup karakteristik utama, seperti pengetahuan atau keterampilan mendasar (misalnya kemampuan membaca), yang wajib dimiliki seseorang untuk menjalankan pekerjaannya. Sementara itu, kompetensi pembeda merujuk pada faktor-faktor yang membedakan individu dengan kinerja tinggi dari mereka yang berkinerja rendah. Kompetensi terdiri dari beberapa komponen utama, yaitu motivasi, karakter, konsep diri, dan keterampilan. Komponen-komponen ini berperan dalam membentuk perilaku individu serta dapat

memprediksi performa dalam menjalankan tugas atau pekerjaan. Kompetensi manajerial yang harus dimiliki oleh seorang manajer terdiri dari :

1. *Achievement orientation*

Kompetensi semangat berprestasi atau pencapaian target kerja merujuk pada tingkat kepedulian seseorang terhadap pekerjaannya, yang mendorongnya untuk bekerja lebih baik atau melampaui standar yang ditetapkan. Kompetensi ini mencakup upaya memenuhi standar yang ditetapkan manajemen, menetapkan serta mengambil tindakan untuk mencapai tujuan pribadi maupun tim, berfokus pada perbaikan berkelanjutan, mengoptimalkan penggunaan sumber daya, serta melakukan analisis risiko dalam konteks kewirausahaan.

2. *Concern for order*

Kompetensi perhatian terhadap kejelasan tugas, kualitas, dan ketelitian kerja mencerminkan dorongan seseorang untuk memastikan atau meminimalkan ketidakpastian, terutama dalam hal penugasan, kualitas, serta akurasi data dan informasi di tempat kerja. Kompetensi ini mencakup pengawasan dan pemeriksaan informasi, fokus pada kejelasan serta kepastian, serta keinginan untuk mengurangi ketidakpastian dalam proses kerja.

3. *Initiative*

Kompetensi proaktif mencerminkan dorongan untuk bertindak melampaui tuntutan pekerjaan atau lingkungan, dengan mengambil inisiatif tanpa menunggu perintah. Tindakan ini dilakukan untuk meningkatkan hasil kerja, mencegah masalah, atau menciptakan peluang baru. Kompetensi ini mencakup ketahanan terhadap penolakan, kemampuan mengenali dan memanfaatkan

peluang, kinerja yang melebihi ekspektasi, serta kemampuan mengantisipasi dan mempersiapkan diri terhadap peluang maupun tantangan.

4. *Information seeking*

Kompetensi mencari informasi mengacu pada upaya tambahan yang dilakukan untuk mengumpulkan lebih banyak data guna mendukung pelaksanaan pekerjaan dan pengambilan keputusan. Kompetensi ini mencakup pencarian informasi yang relevan, identifikasi peluang potensial yang bermanfaat di masa depan, serta observasi langsung terhadap situasi kerja.

5. *Interpersonal understanding*

Kompetensi empati merupakan kemampuan memahami hal-hal yang tidak diungkapkan secara verbal, termasuk perasaan, keinginan, atau pemikiran orang lain. Kompetensi ini mencakup keterampilan mendengarkan dengan baik, merespons secara tepat terhadap orang lain, menyadari perasaan mereka, serta memahami perspektif dan kebutuhan mereka.

6. *Customer service orientation*

Kompetensi berorientasi terhadap pelanggan adalah keinginan untuk membantu atau melayani pelanggan / orang lain. Kompetensi ini mencakup mencari informasi kebutuhan pelanggan dan menyesuaikan dengan produk atau jasa, mengambil tanggung jawab pribadi untuk menyelesaikan masalah pelayanan kepada pelanggan, bertindak sebagai seorang penasihat terhadap kebutuhan dan masalah pelanggan, bekerja dengan pandangan jangka panjang dalam mengenali masalah pelanggan.

7. *Impact and influence*

Kompetensi dampak dan pengaruh merujuk pada kemampuan untuk membujuk, meyakinkan, dan mempengaruhi orang lain agar mendukung suatu rencana atau tujuan. Kompetensi ini mencakup kemampuan mengantisipasi dampak suatu tindakan terhadap pandangan orang lain, menggunakan alasan, fakta, data, serta contoh nyata dalam berargumentasi, membangun koalisi strategis, memberikan informasi untuk mencapai pengaruh tertentu, serta memanfaatkan keterampilan kepemimpinan dalam mengelola dan memotivasi kelompok.

8. *Organizational awareness*

Kompetensi kesadaran berorganisasi merupakan kemampuan untuk memahami dan menganalisis dinamika kekuasaan dalam organisasi sendiri maupun organisasi lain, seperti pelanggan dan penyalur. Kompetensi ini mencakup identifikasi pengambil keputusan utama dan individu yang memiliki pengaruh signifikan, pemahaman terhadap struktur organisasi informal, kesadaran akan batasan-batasan organisasi yang tidak terlihat, serta kemampuan mengenali masalah dan peluang yang dapat memengaruhi organisasi.

9. *Relationship building*

Kompetensi membangun hubungan kerja didefinisikan sebagai besarnya usaha untuk menjalin dan membina hubungan sosial atau jaringan hubungan sosial agar tetap hangat dan akrab. Kompetensi ini terdiri dari membangun hubungan dengan banyak orang dan membagi informasi pribadi untuk menciptakan dukungan atau empati.

10. *Developing others*

Kompetensi mengembangkan orang lain mencerminkan keinginan untuk mendidik, membimbing, atau mendorong proses pembelajaran dan pengembangan individu. Kompetensi ini mencakup menunjukkan harapan positif terhadap orang lain, memberikan arahan serta demonstrasi sebagai strategi pelatihan, memberikan umpan balik konstruktif terhadap perilaku yang kurang sesuai, mengidentifikasi serta merancang program pelatihan yang sesuai dengan kebutuhan, serta mendelegasikan tanggung jawab atau tugas dengan tujuan meningkatkan keterampilan dan kapasitas individu.

11. *Directiveness*

Kompetensi mengarahkan atau memberi perintah merupakan kemampuan untuk membimbing dan menginstruksikan orang lain dalam menjalankan tugas sesuai dengan posisi dan kewenangannya. Kompetensi ini mencakup keterbukaan dalam menghadapi masalah performa individu, menetapkan standar serta kualitas kerja, menolak permintaan yang tidak masuk akal, serta memberikan arahan yang jelas dan terperinci.

12. *Teamwork*

Kompetensi kerja sama kelompok adalah kemampuan atau dorongan untuk berkolaborasi dengan orang lain serta berperan aktif dalam sebuah tim guna menyelesaikan tugas secara efektif. Kompetensi ini mencakup keterampilan dalam meminta ide dan pendapat dalam proses pengambilan keputusan atau

perencanaan, menjaga komunikasi yang baik dengan anggota tim mengenai informasi dan perkembangan terbaru, memahami dinamika serta proses dalam kelompok, berbagi informasi yang relevan, menunjukkan sikap positif terhadap rekan kerja, menghargai pencapaian tim, serta memberikan dukungan dan apresiasi agar setiap anggota merasa dihargai dan termotivasi.

13. *Team leadership*

Kompetensi memimpin kelompok merupakan dorongan dan keinginan untuk berperan sebagai pemimpin dalam suatu tim. Kompetensi ini mencakup kemampuan menyampaikan informasi dengan jelas, berusaha memperlakukan anggota kelompok secara adil, menerapkan strategi yang kompleks untuk meningkatkan moral dan produktivitas, memastikan kebutuhan kelompok terpenuhi, serta mengarahkan dan melibatkan anggota tim dalam misi, tujuan, dan kebijakan kepemimpinan.

14. *Analytical thinking*

Kompetensi berpikir analitis adalah kemampuan untuk memahami dan menganalisis suatu situasi dengan memecahnya menjadi bagian-bagian yang lebih detail atau mengamati proses secara bertahap berdasarkan pengalaman sebelumnya. Kompetensi ini mencakup kemampuan menetapkan prioritas pekerjaan berdasarkan tingkat kepentingan, membagi tugas yang kompleks menjadi bagian-bagian yang lebih sederhana, serta mengidentifikasi penyebab dari suatu kejadian.

15. *Conceptual thinking*

Kompetensi berpikir konseptual adalah kemampuan memahami suatu situasi atau masalah dengan melihatnya sebagai suatu kesatuan yang terintegrasi. Kompetensi ini mencakup kemampuan mengidentifikasi pola keterkaitan antara berbagai aspek yang tidak tampak secara jelas serta mengenali permasalahan utama yang mendasari situasi yang kompleks.

16. *Expertise*

Kompetensi keahlian teknis merupakan penguasaan pengetahuan yang berkaitan dengan pekerjaan serta motivasi untuk menggunakannya, mengembangkan, dan membagikannya kepada orang lain. Kompetensi ini mencakup kemampuan mempertahankan serta meningkatkan keterampilan dan pengetahuan, menunjukkan minat terhadap bidang tertentu, membantu orang lain dalam menyelesaikan masalah teknis, mempelajari hal-hal baru yang relevan dengan pekerjaan, serta secara aktif menyebarkan dan menerapkan teknologi terbaru.

17. *Self control*

Kompetensi pengendalian diri adalah kemampuan untuk mengontrol emosi dan perilaku agar tetap positif, terutama saat menghadapi tantangan, penolakan, atau bekerja di bawah tekanan. Kompetensi ini mencakup kemampuan untuk tetap tenang dalam situasi sulit, menahan diri dari kemarahan, menghindari keterlibatan yang tidak perlu, serta memberikan respons yang bijak dan terkendali dalam menghadapi permasalahan.

18. *Self confidence*

Kompetensi percaya diri adalah keyakinan seseorang terhadap kemampuan dirinya dalam menyelesaikan tugas dan menghadapi tantangan dalam pekerjaan. Kompetensi ini mencakup keberanian bertindak meskipun menghadapi penolakan, memiliki keyakinan terhadap penilaian dan kemampuan sendiri, menyampaikan pendapat dengan jelas dan penuh percaya diri, bertanggung jawab atas kesalahan yang dilakukan serta belajar darinya, serta menganalisis performa dan berupaya untuk memperbaikinya.

19. *Flexibility*

Kompetensi fleksibilitas adalah kemampuan untuk menyesuaikan diri dan bekerja secara efektif dengan berbagai rekan atau kelompok yang memiliki latar belakang, gaya kerja, atau pandangan yang berbeda. Kompetensi ini mencakup pemahaman dan penghargaan terhadap perbedaan, kemampuan menerima berbagai sudut pandang, serta kesanggupan menghadapi dan mengelola perbedaan pendapat atau konflik secara konstruktif.

20. *Organizational commitment*

Kompetensi komitmen terhadap organisasi adalah dorongan dan kemampuan seseorang untuk menyesuaikan perilaku dengan kebutuhan, prioritas, dan tujuan organisasi. Kompetensi ini mencakup tindakan yang mendukung pencapaian tujuan organisasi serta upaya dalam memenuhi kebutuhan organisasi secara proaktif dan bertanggung jawab.

2.3 Praktik Manajemen Rantai Pasok

Manajemen rantai pasok merupakan rangkaian proses dan kegiatan yang saling terkait, dirancang untuk perencanaan, pelaksanaan, pengendalian, dan

pemantauan alur barang, jasa, dan informasi dari fase awal hingga fase akhir dalam suatu rantai pasok (Pujawanti dan Mahendrawati, 2017). Manajemen rantai pasok merupakan proses perencanaan, perancangan, dan pengendalian aliran informasi di seluruh rantai pasokan guna memenuhi kebutuhan pelanggan secara efisien, baik untuk saat ini maupun di masa mendatang (Maulini et al., 2022).

Tujuan manajemen rantai pasokan adalah untuk memastikan bahwa barang dan jasa tersedia tepat waktu, dalam jumlah yang tepat, biaya yang paling rendah dan pelanggan akan memiliki tingkat kepuasan yang tinggi. Elemen sumber daya manusia yang berpartisipasi dalam aliran barang dan informasi adalah pemasok, produsen, distributor, pengecer dan konsumen. Manajemen rantai pasok yang beroperasi secara efisien memaksimalkan proses dengan mengurangi pemborosan dapat memberikan manfaat meningkatkan profitabilitas (Carvalho et al., 2012).

Supply chain management dapat diintegrasikan melalui kompetensi manajerial pada bidang yang menangani rantai pasokan karena perusahaan mengeluarkan hingga 75 persen pendapatan untuk aktivitas rantai pasokan. Oleh karena itu, melalui pemanfaatan keahlian profesional manajer rantai pasokan, pemahaman yang lebih dalam dan lebih luas tentang konsep SCM dalam organisasi dan untuk mengatasi masalah interpersonal yang kompleks dalam bekerja sama secara kolaboratif guna mendorong inovasi operasional dan membuat proses rantai pasokan yang semakin kompleks berfungsi secara efektif, integrasi ini dibutuhkan untuk menciptakan atau mempertahankan keunggulan kompetitif (E. Ellinger dan D. Ellinger, 2014).

Supply chain management practices atau Praktik manajemen rantai pasok merupakan serangkaian aktivitas atau proses yang mencakup pengelolaan bahan baku, pengolahan bahan baku agar memiliki nilai ekonomi yang lebih tinggi, hingga pendistribusian produk kepada pelanggan. Selain itu, praktik ini juga dapat diartikan sebagai strategi yang diterapkan perusahaan untuk mengoordinasikan pemasok, mengelola permintaan, serta membangun hubungan dengan konsumen secara efisien, responsif, tepat waktu, dan menguntungkan.

Dengan kata lain, tujuan utama manajemen rantai pasok adalah mengoptimalkan kinerja rantai pasok guna meningkatkan daya saing dengan biaya serendah mungkin. Namun, perusahaan di Indonesia sering menghadapi kendala dalam manajemen rantai pasok, yang menyebabkan ketidaksesuaian antara permintaan dan pasokan atau yang dikenal sebagai distorsi informasi. Akibatnya, sering terjadi ketidakseimbangan, baik dalam bentuk kelebihan pasokan dibandingkan permintaan maupun kekurangan pasokan terhadap permintaan (Sinaga, 2021).

Widyanti et al (2024) menggambarkan beberapa praktik manajemen rantai pasok terbaik yang ada dalam manajemen rantai pasok yang sukses antara lain :

1. Praktik manajemen rantai pasok mendukung peningkatan berkelanjutan.
2. Bertujuan untuk meningkatkan kecepatan.
3. Mendorong kolaborasi diantara masing-masing bisnis dalam rantai pasokan.
4. Mencari teknologi baru yang dapat meningkatkan proses.
5. Memiliki metrik yang memungkinkan karyawan untuk mengukur keberhasilan atau kegagalan setiap Langkah dalam rantai pasokan.

Kunci utama dari praktik manajemen rantai pasok berdasarkan Li et al (2006), antara lain :

- a) Strategi hubungan pemasok (*Strategic Supplier Partnership*) : Keberhasilan manajemen rantai pasok suatu perusahaan sangat bergantung pada hubungan dengan mitra bisnis. Menjalin dan menjaga hubungan yang baik dengan pemasok dapat meningkatkan kinerja perusahaan di seluruh rantai pasok. Kemitraan ini berfokus pada hubungan jangka panjang serta mendorong perencanaan bersama dalam mengatasi permasalahan pasokan.
- b) Hubungan dengan pelanggan (*Customer Relationship*) : Menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan merupakan aspek penting dalam manajemen rantai pasok. Hal ini berkontribusi pada peningkatan kualitas produk serta kepuasan pelanggan terhadap produk yang diterima.
- c) Berbagi informasi (*Information Sharing*) : Berbagi informasi, atau sharing informasi, merujuk pada sejauh mana informasi penting dapat disampaikan kepada mitra bisnis. Dengan berbagi informasi, perusahaan dapat lebih mudah memahami kebutuhan pelanggan, sehingga mampu merespons perubahan pasar dengan lebih cepat dan efektif.
- d) Kualitas informasi (*Information Quality*): Kualitas informasi merujuk pada tingkat akurasi, ketepatan waktu, kecukupan, dan kredibilitas dari informasi yang disampaikan.
- e) Penundaan (*postponement*) : Penundaan dengan mempertahankan persediaan merupakan strategi dalam manajemen rantai pasok yang bertujuan untuk mengurangi biaya distribusi kepada pelanggan.

- f) *Forecasting* : Peramalan sering digunakan oleh perusahaan untuk memastikan permintaan produk dari distributor atau pelanggan. Strategi peramalan membantu perusahaan dalam mengatasi ketidakpastian informasi terkait permintaan pelanggan.
- g) *Warehousing management* : *Warehousing* atau pergudangan merupakan salah satu strategi perusahaan dalam memastikan ketersediaan produk yang akan dijual. Gudang berfungsi sebagai tempat penyimpanan produk dengan mempertimbangkan biaya penyimpanan. Persediaan dalam jumlah besar memerlukan biaya yang tinggi, tetapi dapat memenuhi permintaan yang tiba-tiba meningkat. Sebaliknya, persediaan yang sedikit mengurangi biaya penyimpanan, namun berisiko tidak dapat memenuhi lonjakan permintaan secara mendadak, terutama dalam kondisi ketidakpastian permintaan atau volume permintaan yang rendah.

2.4 Kinerja Usaha

Kinerja usaha menunjukkan hasil dari suatu organisasi. Mengukur kinerja usaha memungkinkan perusahaan untuk mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan dengan menilai efektivitas pekerjaan dalam aspek biaya, kualitas, kuantitas, dan waktu. Kinerja usaha dapat diukur melalui pengukuran subjektif berdasarkan persepsi staf dan manajer (Hajar et al., 2022).

Menurut Wiklund, J. dan Shepherd (2005) menyatakan bahwa kinerja usaha merupakan konstruksi yang multidimensi. Oleh karena itu, ada berbagai instrumen pengukuran yang dapat digunakan peneliti untuk menilai kinerja bisnis yakni ukuran keuangan dan ukuran non-keuangan. rasio produktivitas, indeks

pertumbuhan penjualan, margin laba, dan faktor keuangan lainnya untuk mengevaluasi kinerja bisnis. Berdasarkan Hodgetts, R. M., dan Kuratko, (2007) keberhasilan usaha kecil dapat diukur melalui berbagai indikator, antara lain laba bersih, laba dari penjualan, laba setelah pajak, pangsa pasar, pencapaian keuntungan dari penjualan, serta pencapaian keuntungan bersih.

Berdasarkan Neely, A (2002), Pengukuran kinerja suatu bisnis dibagi menjadi enam kategori, yaitu: 1. Kategori keuangan, seperti volume produksi, nilai penjualan, dan laba, 2. Kategori persaingan pasar, baik pesaing pasar relatif maupun keseluruhan, seperti pangsa pasar, pangsa suara, harga relatif, pembagian wilayah pemasaran, 3. Kategori perilaku konsumen, seperti penetrasi pasar, jumlah pengguna produk atau jasa, loyalitas pelanggan, kelebihan atau kekurangan pengguna produk atau jasa, 4. Kategori konsumen perantara, seperti adanya kesadaran, sikap, kepuasan, komitmen, niat membeli, atau kualitas yang dirasakan, 5. Kategori pelanggan dengan penjualan langsung, seperti distribusi, ketersediaan, manfaat pelanggan, kepuasan pelanggan, kualitas layanan, 6. Kategori inovasi atau penemuan dalam hal produk atau jasa baru, pendapatan yang dihasilkannya sebagai tambahan penjualan.

Menurut Carvalho et al (2012), indikator dalam pengukuran kinerja perusahaan dapat dilihat dari kinerja operasional dan kinerja ekonomi. Kinerja perusahaan merupakan faktor krusial dalam persaingan bisnis. Berbagai aspek yang memengaruhi kinerja perusahaan mencakup kemampuan manajerial, pengalaman pemilik atau pengelola, akses pasar, teknologi produksi, modal, produktivitas,

strategi pemasaran, profitabilitas, kualitas produk, koordinasi internal, komunikasi eksternal, efisiensi pengiriman, serta inovasi dan pengembangan produk.

2.5 Penelitian Terdahulu

Hasil penelitian Sinaga et al (2021) dengan judul “Membangun Keunggulan Bersaing Untuk Peningkatan Kinerja UMKM Melalui Teknologi Informasi dan Komunikasi dan Praktik Manajemen Rantai Pasokan (Studi Kasus UMKM Pangan Olahan Di DKI Jakarta)”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik manajemen rantai pasok memiliki pengaruh positif terhadap keunggulan bersaing. Selain itu, teknologi informasi dan komunikasi berpengaruh positif terhadap praktik manajemen rantai pasok serta keunggulan bersaing. Keunggulan bersaing juga berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan. Namun, praktik manajemen rantai pasok tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan.

Selanjutnya hasil penelitian Mulyana et al (2022) dengan judul “Kompetensi Manajerial dan Kinerja UMKM Cimahi dengan Efektifitas Manajemen Pengetahuan sebagai mediasi”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel yang berpengaruh signifikan adalah efektifitas manajemen pengetahuan, sedangkan kompetensi manajerial tidak berpengaruh signifikan. Sedangkan jika efektifitas manajemen pengetahuan mempunyai efek moderasi yang melemahkan dan menurunkan kompetensi manajerial. Nilai *R-Square* untuk variabel kinerja UMKM adalah 0,292.

Selain itu, hasil penelitian Wirda dan Azra (2015) dengan judul “Kompetensi Manajerial dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja Industri Kreatif Sumatera Barat”. Dimensi kompetensi manajerial yang digunakan adalah

kompetensi manajerial menurut Spencer and Spencer. Hasil penelitian menjelaskan bahwa kompetensi manajerial yang dimiliki manajer industri kreatif di Sumatera Barat mampu meningkatkan kinerja secara signifikan. Kompetensi manajerial berpengaruh terhadap kinerja usaha pada industri kreatif Sumatera Barat.

Hasil penelitian Emmanuel *et al* (2023) dengan judul “Kompetensi Manajerial dan kinerja usaha kecil ; perspektif negara berkembang”. Penelitian dilakukan di Nigeria dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa kompetensi manajerial berpengaruh terhadap kinerja usaha skala kecil. Peneliti juga menemukan bahwa kompetensi manajer interpersonal rendah. Untuk mendorong peningkatan kinerja harus ada upaya yang ditargetkan untuk meningkatkan kinerja keterampilan para pengelola usaha kecil.

Penelitian Kurniawan *et al* (2019) dengan judul “Analisis Pengaruh Kemampuan Perusahaan, Daya Respon Rantai Pasok, Dan Praktik Manajemen Rantai Pasok Terhadap Keunggulan Bersaing Dan Kinerja Perusahaan (Studi pada Rantai Pasok Pelumas Jawa Tengah)” menunjukkan hasil bahwa praktik manajemen rantai pasok memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan. Dengan artian bahwa semakin optimal praktik manajemen rantai pasok akan meningkatkan kinerja perusahaan.

Aprilia *et al* (2021) dengan judul “Pengaruh Ketangkasan Rantai Pasok Terhadap Kinerja Bisnis Kedai Kopi di Kota Malang”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketangkasan rantai pasok berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis kedai kopi, sehingga berkontribusi dalam pencapaian

keunggulan kompetitif. Dengan ketangkasan rantai pasok, pelaku bisnis kedai kopi dapat mempertahankan serta meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

2.6 Hipotesis

Berdasarkan beberapa penelitian terdahulu maka penulis merumuskan beberapa hipotesis sebagai berikut :

H1 : Kompetensi manajerial berpengaruh positif terhadap kinerja usaha.

H2 : Kompetensi manajerial berpengaruh positif terhadap praktik manajemen rantai pasok

H3 : Praktik manajemen rantai pasok berpengaruh positif terhadap kinerja usaha.

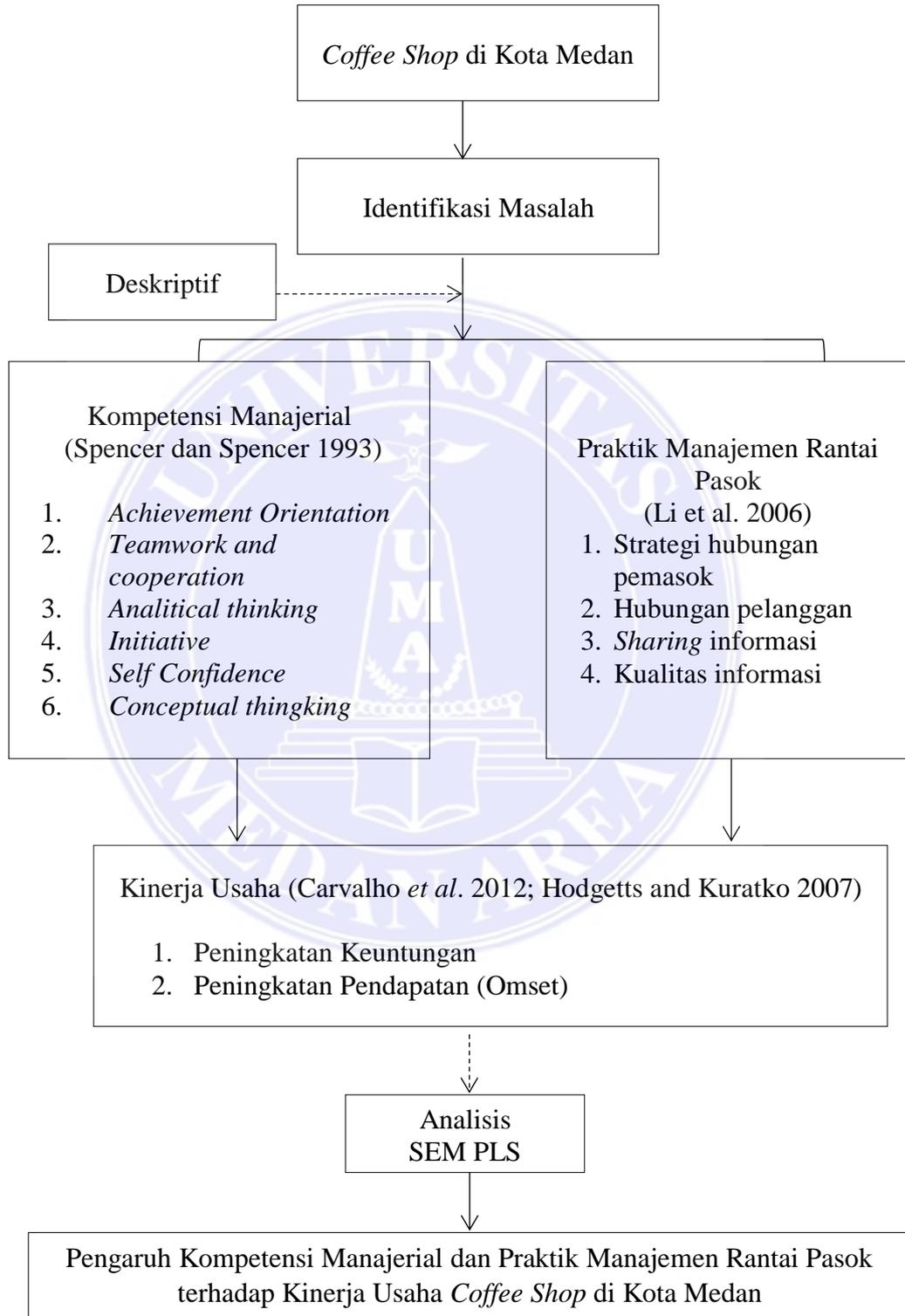
H4 : Kompetensi manajerial berpengaruh positif terhadap kinerja usaha melalui praktik manajemen rantai pasok.

Untuk menguji pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen dilakukan dengan uji t, yaitu dengan membandingkan t-hitung dan t-tabel. Masing-masing hasil perhitungan ini kemudian dibandingkan dengan t-tabel yang diperoleh dengan menggunakan taraf signifikansi 0,05. Hasil uji akan dinyatakan berarti jika signifikansi nilai t lebih kecil sama dengan 0,05. Kriteria yang digunakan sebagai dasar perbandingan adalah sebagai berikut:

Hipotesis ditolak bila $t\text{-hitung} < 1,96$ atau nilai $\text{sig} > 0,05$

Hipotesis diterima bila $t\text{-hitung} > 1,96$ atau nilai $\text{sig} < 0,05$

2.7 Kerangka Pemikiran



Gambar 1. Kerangka Pemikiran Penelitian

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan di Kota Medan Provinsi Sumatera Utara selama 3 bulan mulai bulan November 2024 sampai Januari 2025. Pemilihan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive sampling*) karena Kota Medan memiliki jumlah *Coffee Shop* terbanyak di Sumatera Utara. Dalam penelitian ini yang dijadikan populasi dan *sample* adalah para pelaku usaha *coffee shop* di Kota Medan. Dimana jumlah populasi dalam penelitian ini adalah 400 *coffee shop*.

Lubis (2021) menyatakan bahwa perbandingan antara ukuran populasi dan ukuran *sample* bukan merupakan suatu ketetapan mutlak, namun tidak terlalu besar dan tidak terlalu kecil. Hal ini dengan beberapa pertimbangan yakni waktu, uang dan tenaga serta metode analisis yang digunakan. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*, dimana pengambilan sampel menggunakan pertimbangan tertentu sesuai dengan kriteria yang diinginkan untuk dapat menentukan jumlah sampel yang akan diteliti (Sukwika, 2023). Dalam penelitian ini jumlah sampel yang digunakan sebanyak 35 sampel. Adapun kriteria dalam penentuan sampel, antara lain:

- a. Berjenis *modern coffee shop*.
- b. Lama usaha *Coffee Shop* lebih dari 2 tahun.
- c. Jenis usaha *Coffee Shop* dimiliki oleh perseorangan yang dikelola oleh pemilik atau seorang manajer.

3.2 Jenis Penelitian

Penelitian merupakan jenis penelitian deskriptif kuantitatif dengan metode survey melalui wawancara langsung terhadap responden dengan menggunakan instrumen berupa kuesioner dalam mengumpulkan data.

Sugiyono (2018) menjelaskan metode penelitian kuantitatif adalah metode yang berlandaskan terhadap filsafat positivisme, digunakan dalam meneliti terhadap sampel dan populasi penelitian. Penelitian kuantitatif menyajikan data berupa angka-angka sebagai hasil penelitiannya. Metode penelitian deskriptif adalah suatu metode dalam penelitian status kelompok manusia, suatu objek, suatu kondisi, suatu pemikiran, atau peristiwa saat ini. Metode deskriptif digunakan untuk membuat gambaran atau deskripsi secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fenomena yang ada. Penelitian deskriptif kuantitatif adalah penelitian yang menggambarkan variabel secara apa adanya didukung dengan data-data berupa angka yang dihasilkan dari keadaan sebenarnya.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data primer. Data-data primer bersumber dari daftar pertanyaan atau kuesioner. Data primer diperoleh melalui hasil observasi dan wawancara kepada informan yang bersumber dari pemilik usaha atau manager *coffee shop* di Kota Medan.

Data pendukung terdiri atas dokumen yang didapat dari buku referensi, jurnal atau dokumentasi dari instansi atau lembaga terkait dengan judul penelitian, seperti Dinas Koperasi dan UMKM Kota Medan dan Badan Pendapatan Daerah Kota Medan.

3.4 Analisis Data

Pada rumusan masalah pertama terkait bagaimana kinerja usaha *coffee shop* di Kota Medan menggunakan analisis deskriptif kuantitatif dengan menggunakan skala likert. Penelitian ini menggunakan pernyataan tertutup dengan skala penilaian 5 poin yang memiliki interval sama. Skala ini digunakan untuk mengevaluasi berbagai topik terkait sikap, pandangan, dan penilaian suatu kelompok atau individu terhadap peristiwa atau kejadian sosial (Lubis, 2021). Dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 2. Skala Pengukuran yang digunakan dalam penelitian

No.	Keterangan	Kode	Score
1.	Sangat Tidak Setuju	STS	1
2.	Tidak Setuju	TS	2
3.	Cukup Setuju	CS	3
4.	Setuju	S	4
5.	Sangat Setuju	SS	5

Langkah selanjutnya menggunakan interval kelas yakni cara membagi data dengan membentuk kelas - kelas atau golongan. Pengujian tingkat kinerja usaha menggunakan analisis tabulasi skor yang kemudian dilakukan interval kelas dengan rumus :

$$I = (a-b)/k$$

Keterangan: I = Interval kelas

a = Jumlah skor maksimum

b = Jumlah skor minimum

k= Jumlah kelas atau kategori

Skor secara keseluruhan penilaian tingkat kompetensi manajerial, rantai pasok dan kinerja usaha *coffee shop* di Kota Medan.

$$S_{\text{maks}} = 35 \times 5 = 175$$

$$S_{\text{min}} = 35 \times 1 = 35$$

Maka interval kelas untuk keseluruhan diperoleh sebagai berikut:

$$I = \frac{a-b}{k}$$

$$I = \frac{175-35}{5}$$

$$= 28$$

Hasil perhitungan interval kelas tersebut dapat digunakan untuk menentukan kategori tingkat kinerja usaha *coffee shop* di Kota Medan. Berikut kategori tingkat kinerja usaha *coffee shop* di Kota Medan.:

35-62 = Sangat Rendah

63-90 = Rendah

92- 118 = Cukup

119- 146 = Tinggi

147-175 = Sangat Tinggi

Rumusan masalah selanjutnya terkait bagaimana pengaruh kompetensi manajerial dan manajemen rantai pasok terhadap kinerja usaha *coffee shop* di Kota Medan menggunakan alat analisis berbasis *Structural Equation Modelling-Partial Least Square (SEM-PLS)*.

Structural Equation Modelling (SEM) berbasis Partial Least Square (PLS) merupakan generasi kedua metode analisis multivariat yang dapat digunakan untuk menggambarkan keterkaitan hubungan linear secara simultan antara variabel pengamatan (indikator) dan variabel yang dapat diukur secara langsung (variabel laten) (Sholihin dan Ratmono, 2013).

Analisis Structural Equation Modeling (SEM) merupakan teknik analisis multivariat yang menggabungkan analisis faktor dan analisis regresi (korelasi). Metode ini digunakan untuk menguji hubungan antar variabel dalam suatu model, baik hubungan antara indikator dengan konstraknya maupun hubungan antar konstruk. Terdapat dua tipe variabel laten dalam SEM yaitu variabel eksogen (η) dan variabel endogen (ξ). SEM merupakan metode statistik yang digunakan untuk menguji hubungan antara variabel-variabel dalam suatu model teoritis (Abdillah dan Jogiyanto, 2015).

Terdapat beberapa pengujian dalam analisis SEM PLS yakni :

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan sebagai suatu alat untuk mengukur valid atau tidaknya kuesioner yang digunakan dalam pengumpulan data. Uji validitas dilakukan menggunakan software SmartPLS dengan menguji *convergent validity*. Suatu ukuran reflektif dianggap tinggi jika memiliki korelasi lebih dari 0,70. Namun, untuk penelitian pada tahap awal, nilai *outer loading* dalam rentang 0,50 hingga 0,60 masih dianggap cukup (Ghozali dan Latan, 2015).

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menurut Sugiyono (2018) digunakan untuk mengukur tingkat keandalan, keakuratan, ketelitian, dan konsistensi indikator dalam kuesioner. Oleh karena itu, penelitian yang baik tidak hanya harus valid tetapi juga reliabel, sehingga hasilnya tetap akurat ketika diuji dalam periode yang berbeda. Penilaian reliabel atau tidaknya masing-masing variabel dapat dilihat dari nilai

cronbach's alpha serta *composite reliability* dengan nilai alpha atau *composite reliability* harus lebih besar dari 0.7 meskipun nilai 0.6 masih bisa diterima (Abdillah dan Jogiyanto, 2015).

3. Analisis *R-Square* (R^2)

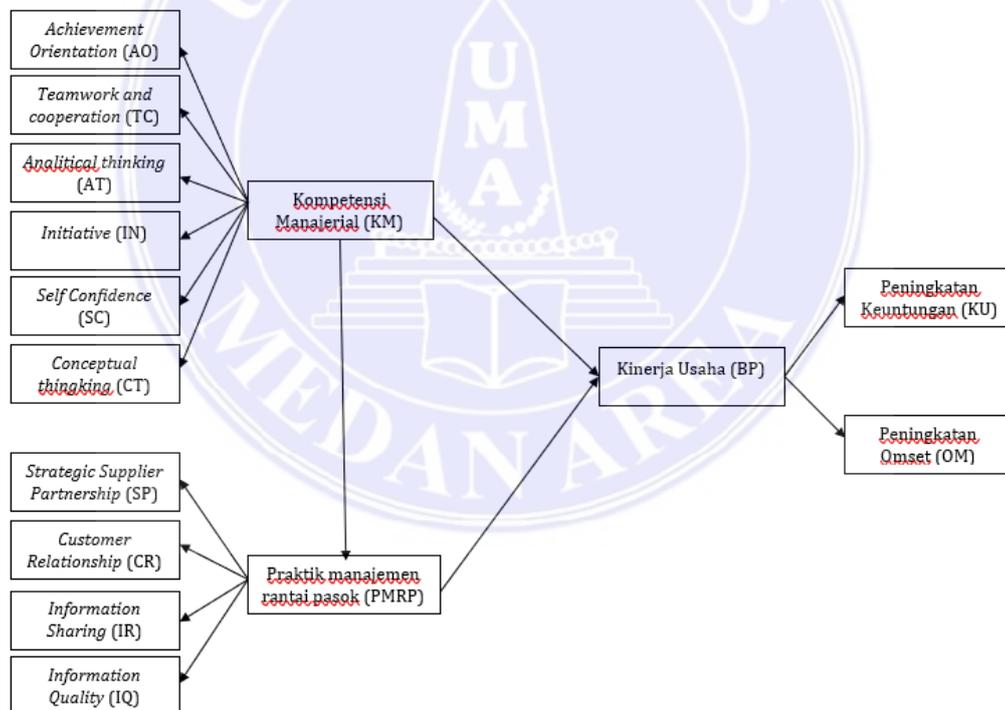
R square adalah nilai yang menunjukkan sejauh mana variabel independen (eksogen) memengaruhi variabel dependen (endogen). Nilai ini berkisar antara 0 hingga 1, yang mengindikasikan seberapa besar kombinasi variabel independen secara simultan memengaruhi variabel dependen.

Nilai *R-square* (R^2) digunakan untuk mengukur sejauh mana variabel laten independen memengaruhi variabel laten dependen. Menurut Chin (1998) terdapat tiga klasifikasi R^2 : nilai 0,67 dikategorikan kuat, 0,33 termasuk sedang (moderate), dan 0,19 dianggap lemah (weak). Perubahan nilai R^2 dapat digunakan untuk mengevaluasi apakah variabel laten eksogen memiliki pengaruh substantif terhadap variabel laten endogen (Sarstedt et al., 2021).

4. Uji *Path Coefficient* (Inner Model)

Pengujian Koefisien Jalur dilakukan melalui analisis *inner model* (model struktural) yang mencakup koefisien parameter, t-statistik, dan p-value. Dalam penelitian ini, *path coefficient* diuji menggunakan software SmartPLS 4 (Partial Least Square 4). Hasil analisis dapat dilihat melalui output *bootstrapping*. Tingkat signifikansi yang digunakan adalah p-value 0,05 (5%), dengan nilai t-statistik sebesar 1,96 untuk pengujian hipotesis dua arah (Setiabudhi et al., 2024).

Penggunaan SMART-PLS 4.0 bertujuan untuk memprediksi hubungan antar konstruk, mengonfirmasi teori, serta menjelaskan ada atau tidaknya hubungan antara variabel laten. Variabel laten sendiri merupakan variabel yang tidak dapat diukur secara langsung, sehingga metode ini membantu dalam mengidentifikasi dan mengukur keterkaitan antar variabel dalam suatu model penelitian. Dalam penelitian ini, analisis SEM PLS digunakan untuk menguji Pengaruh Kompetensi Manajerial dan Manajemen Rantai Pasok Terhadap Kinerja Usaha *Coffee Shop* di Kota Medan. Model *Path Modelling Least Square* pada penelitian dapat dilihat pada gambar berikut :



Gambar 2. Konsep Model *Path Modelling PLS (Partial Least Square)*
 Sumber : Data primer (diolah), (2025)

Berikut atribut-atribut yang digunakan dalam merancang konstruksi model dasar berdasarkan pengujian SEM PLS pada penelitian ini seperti pada Tabel 3.

Tabel 3. Variabel dan Atribut Pada Model Penelitian

Variabel dan Atribut		Notasi
Kompetensi Manajerial (Spencer dan Spencer, 1993)	KM	
1. <i>Achievement Orientation</i>		AO
2. <i>Teamwork and cooperation</i>		TC
3. <i>Analytical thinking</i>		AT
4. <i>Initiative</i>		IN
5. <i>Self Confidence</i>		SC
6. <i>Conceptual thinking</i>		CT
Praktik manajemen rantai pasok (Li et al, 2006)	PMRP	
1. <i>Strategic Supplier Partnership</i>		SP
2. <i>Customer Relationship</i>		CR
3. <i>Information Sharing</i>		IS
4. <i>Information Quality</i>		IQ
Kinerja Usaha (Carvalho et al. 2012; Hodgetts and Kuratko 2007)	BP	
1. Peningkatan Keuntungan		KU
2. Peningkatan Omset		OM

Sumber : Data Sekunder (2025) (Diolah)

3.5 Definisi Operasional

Operasionalisasi variabel dalam penelitiannya ini dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4. Definisi Variabel

No.	Variabel	Definisi	Indikator
1.	Kompetensi manajerial	Karakter sikap dan perilaku, serta kemauan dan kemampuan individu yang relatif stabil dalam menghadapi situasi dan lingkungan kerja, terbentuk dari sinergi antara watak, konsep diri, motivasi internal, serta kapasitas pengetahuan konseptual (Spencer dan Spencer, 1993)	1. <i>Achievement Orientation</i> 2. <i>Teamwork and cooperation</i> 3. <i>Analytical thinking</i> 4. <i>Initiative</i> 5. <i>Self Confidence</i> 6. <i>Conceptual thinking</i>
2.	Praktik Manajemen Rantai Pasok	Pendekatan yang diterapkan oleh perusahaan dalam mengelola koordinasi pemasok, permintaan dan hubungan konsumen dalam perilaku efisien dan responsif, ketepatan waktu, serta menguntungkan Li et al. (2006).	1. Strategi hubungan pemasok 2. Hubungan pelanggan 3. <i>Sharing</i> informasi 4. Kualitas informasi
3.	Kinerja Usaha	Kemampuan suatu perusahaan dalam menciptakan tujuan pasar dan keuangannya Carvalho et al. (2012)	1. Peningkatan Keuntungan 2. Peningkatan Omset

Tahapan selanjutnya yakni membuat jadwal penelitian pada tabel berikut.

Tabel 5. Jadwal Penelitian

No.	Kegiatan	Uraian Kegiatan	Waktu
1.	Pra-Lapangan	Sebelum melakukan penelitian lapangan, peneliti melakukan berbagai persiapan, termasuk menyusun pertanyaan yang akan diajukan kepada informan, melakukan observasi awal, serta mengatur jadwal wawancara dengan informan.	Juni 2024
2.	Proses Lapangan	Peneliti mengumpulkan data di lapangan yang relevan dengan fokus penelitian dari lokasi penelitian. Dalam proses ini, peneliti menggunakan metode wawancara dan dokumentasi, yang mencakup catatan lapangan serta foto bersama informan	November-Desember 2024
3.	Analisis Data	Peneliti melakukan transkripsi wawancara serta menyusun data yang telah dikumpulkan secara sistematis agar dapat disajikan dengan jelas dan mudah dipahami oleh pembaca.	Januari 2025
4.	Pelaporan	Peneliti menyusun laporan berdasarkan kesimpulan yang diperoleh selama proses penelitian di lapangan, yang kemudian disajikan dalam bentuk teks naratif. Laporan ini akan disusun dalam bentuk tesis	Januari 2025

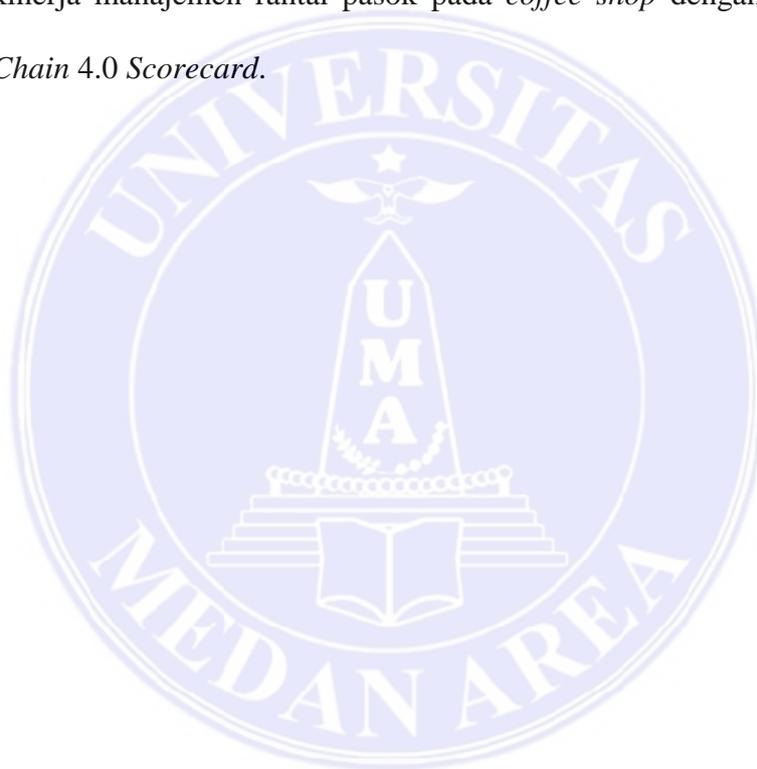
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

1. Kinerja usaha *coffee shop* di Kota Medan secara rata-rata berada pada tingkat kategori tinggi. Omset yang diperoleh pelaku usaha rata-rata sebesar 89.764.706 juta rupiah perbulan dengan rata-rata keuntungan yang diperoleh sebesar 23.294.118 juta rupiah per bulan. Minuman berbahan baku kopi memberikan kontribusi rata-rata sebesar 59 % dari total keuntungan yang didapatkan.
2. Kompetensi manajerial berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha *coffee shop* di Kota Medan. Indikator yang memiliki skor tertinggi pada kompetensi manajerial adalah *achievement orientation*.
3. Kompetensi manajerial berpengaruh signifikan terhadap praktik manajemen rantai pasok *coffee shop* di Kota Medan. Kompetensi manajerial yang baik dapat meningkatkan praktik manajemen rantai pasok.
4. Praktik manajemen rantai pasok tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha *coffee shop* di Kota Medan. Praktik manajemen rantai pasok belum mampu menekan biaya bahan baku kopi sehingga keuntungan tidak optimal.
5. Kompetensi manajerial tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha *coffee shop* di Kota Medan melalui praktik manajemen rantai pasok.

5.2 Saran

1. Kepada pelaku usaha *coffee shop* di Kota Medan lebih memperhatikan peningkatan volume penjualan dengan menerapkan strategi bauran pemasaran untuk peningkatan keuntungan usaha.
2. Kepada peneliti selanjutnya, diharapkan untuk melakukan penelitian terkait kinerja manajemen rantai pasok pada *coffee shop* dengan model *Supply Chain 4.0 Scorecard*.



DAFTAR PUSTAKA

- Aam Rachmat Mulyana, R. M. Juddy Prabowo, Sri Hastuti, Rahardianto, & Khaerul Rizal Abdurahman. (2022). Managerial Competence and Performance of Cimahi SMEs Mediated by Knowledge Management Effectiveness. *East Asian Journal of Multidisciplinary Research*, 1(6), 1165–1174. <https://doi.org/10.55927/eajmr.v1i6.814>
- Abdillah dan Jogiyanto. (2015). *Partial least square (PLS) : alternatif structural equation modeling (SEM) dalam penelitian bisnis*. Andi Yogyakarta.
- Abdurrahman, M. F., Daryanto, A., & Nuraisyah, A. (2021). Coffee to Go Marketing Mix (7P) Analysis to Improve Customer Satisfaction (Case Study Katuhu Coffee). *Business Review and Case Studies*, 2(2), 70–79. <https://doi.org/10.17358/brcs.2.2.70>
- Amegayibor, G. K. (2021). Leadership styles and employees' performance: A case of family-owned manufacturing company, Cape Coast. *International Journal of Financial, Accounting, and Management*, 3(2), 149–164. <https://doi.org/https://doi.org/10.35912/ijfam.v3i2.624>
- Anisah, A. (2024). Evaluasi Benchmarking sebagai Strategi dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing dan Kinerja Bisnis. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 24(2), 1934. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v24i2.5466>
- Aprilia, A., Laili, F., Setyowati, P. B., Febriana, R. A., Waringga, K. F., & Waringga, F. (2021). Pengaruh Ketangkasan Rantai Pasok Terhadap Kinerja Bisnis Kedai Kopi Di Kota Malang. *JSEP (Journal of Social and Agricultural Economics)*, 14(1), 32. <https://doi.org/10.19184/jsep.v14i1.20547>
- Arman, I., Pranata, Y., & Novita, A. (2024). The Interest of the Young Generation in Coffee Shop Entrepreneurship in Bukit District , Bener Meriah Regency , Aceh. *Jurnal Agrinika*, 08(01).
- Aulia, M. R. (2020). Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha Kedai Kopi Skala Mikro Dan Kecil Di Kota Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 8(3). <https://doi.org/10.35137/jmbk.v8i3.479>
- Azla, F. W. dan T. (2015). Kompetensi Manajerial Dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja Industri Kreatif Sumatera Barat. 1–14.
- Azzahra, N., Mutiara, V. I., & Hariance, R. (2024). *Comparative Assessment of Robusta Coffee Marketing Channels in Solok City , West Sumatra Saluran Pemasaran Kopi Robusta di Kota Solok , Sumatera Barat*. 7(2), 71–80.
- Bakytgul, T., Ahmed, M., & Kim, Y. (2019). Corporate Entrepreneurship and Organizational Performance: The Moderating Role of Organizational Engagement. *Annals of Contemporary Developments in Management & HR*, 1(1), 39–45. <https://doi.org/10.33166/acdmhr.2019.01.005>
- Browell, P. (2018). Entrepreneurial Marketing and the growth of small businesses in Nigeria. *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, 8(5), 71–80.
- Carvalho, H., Azevedo, S. G., & Cruz-Machado, V. (2012). Agile and resilient approaches to supply chain management: Influence on performance and competitiveness. *Logistics Research*. *Logistics Research*, 4(1–2), 49–62.
- Chin, W. . (1998). *The Partial Least Squares Approach to Structural Equation Modeling. Modern Methods for Business Research*.

- Chopra, S., & Peter, M. (2016). *Supply chain management: strategy, planning, and operation - third edition*. <https://3lib.net/dl/10677558/922c6f>
- Chye, L. T., Tat, H. H., Osman, M. H. M., & Raslid, A. M. (2010). Are managerial competencies a blessing to the performance of innovative SMEs in Malaysia? *International Journal of Economics and Management*, 4(1), 120–136.
- Dhita, S., Mukson, M., & Setiadi, A. (2022). Pengaruh Marketing Mix 7P terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Produk Olahan Kopi Espresso di Kota Semarang. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 6(1), 175–188. <https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2022.006.01.17>
- Dika Vivi Widyanti, , Syamsulbahri, Sufrin Hannan, Hery Erdi, H. F. (2024). *Supply Chain Management (Manajemen Rantai Pasok)*. Lakeisha. <https://books.google.co.id/books?id=XJ72EAAAQBAJ&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>
- Dita. (2015). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kinerja Usaha Kecil Dan Menengah. *JURNAL Pengabdian Kepada Masyarakat*, 21(September), 1–11.
- Douglas, J., Douglas, A., Cano, M., & Moyes, D. (2019). *Excellence in Services Factorial Structure For Independent Coffee Shops And Cafes' Success Factors: A Uk Study*. August 2019, 219–235.
- E. Ellinger, A., & D. Ellinger, A. (2014). Leveraging human resource development expertise to improve supply chain managers' skills and competencies. *European Journal of Training and Development*, 38(1/2), 118–135. <https://doi.org/10.1108/EJTD-09-2013-0093>
- Ellis, M. (2004). *The coffee house: A cultural history*. Phoenix.
- Febrianingsih, D., Saty, F. M., Noer, I., & Fitriani, F. (2023). Tingkat Kepuasan Konsumen Dalam Mengonsumsi Produk Minuman Kopi Berdasarkan Atribut Produk (Studi Kasus KL Coffee Bandar Lampung). *Mimbar Agribisnis : Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 9(1), 689. <https://doi.org/10.25157/ma.v9i1.8938>
- Haidar, F. J., & Wiyono, S. N. (2023). Strategi Pemasaran Kedai Kopi Untuk Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Pada Serumah Kopi, Cikutra Barat, Kota Bandung). *Mimbar Agribisnis : Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 9(2), 1491. <https://doi.org/10.25157/ma.v9i2.9759>
- Hajar, I., Idrus, M. S., Salim, U., & Solimun. (2022). Pengaruh Kemampuan Manajerial dan Lingkungan Industri terhadap Kemampuan Organisasi, Strategi Bersaing, dan Kinerja Perusahaan (Studi pada Industri Kecil Meubel Kayu di Sulawesi Tenggara). *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 10(2), 291–302. <https://jurnaljam.ub.ac.id/index.php/jam/article/view/420>
- Harahap, H. R., Humaizi, & Absah, Y. (2021). *Kopi: Dari Hulu Ke Hilir*.
- Harahap, R. H., & Absah, Y. (2020). *Analysis of Coffee Shops in Medan*. 205–212. <https://doi.org/10.5220/0010014002050212>
- Hasibuan, I. R., Rakhmat, C., & Luthfi, N. (2023). Penerapan Model Supply Chain 4.0 Scorecard di MIKHA Coffee Shop Bandung. *Jurnal Riset Teknik Industri*, 113–120. <https://doi.org/10.29313/jrti.v3i2.2851>
- Hasibuan, S. A. F., Harahap, R. H., & Purwoko, A. (2021). Peran Pemuda Dalam Pengembangan Usaha Kopi Di Kawasan Wisata Simarjarunjung. *Perspektif*,

- 10(2), 644–655. <https://doi.org/10.31289/perspektif.v10i2.4970>
- Hatta Setiabudhi; Suwono; Yudi Agus Setawan; Syahrul Karim. (2024). *Analisis Data Kuantitatif dengan SMART PLS 4*. Borneo Novelty Publishing.
- Herlyana, E. (2012). Fenomena Coffee Shop Sebagai Gejala Gaya Hidup Baru Kaum Muda. *Jurnal Thaqafiyat*, 13(1), 190–204.
- Hodgetts, R. M., Kuratko, D. F. (2007). *Entrepreneurship: Theory, Process, Practice*. Thomson South-Western.
- Hurdawaty, R., Wibowo, F. X. S., & Sulistiyowati, R. (2023). *Studying the Consumption Behaviour of Generations Y and Z towards Ready-To-Drink Coffee*. 2(1), 10–26.
- Imam Ghozali dan Hengky Latan. (2015). *Partial Least Squares : Konsep, Teknik dan Aplikasi*. Universitas Diponegoro.
- Iman, N., Muhar, A. M., & Sari, A. I. (2022). Analisis Daya Saing Industri Coffee Shop di Kota Medan. *JAMEK (Jurnal Akuntansi Manajemen Dan Kewirausahaan)*, 02(3), 54–64.
- Kartika, I. M., Suwandana, I. M. A., & Indah, L. P. . (2020). *The Role of Supply Chain Management in the System of Kintamani Coffee Production in District Bangli, Bali*. 117(Gcbme 2018), 189–192. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.200131.042>
- Kasimin, S. (2017). Coffee shop's characteristic and factors influence the number of visitors and profit level of popular coffee shops in Banda Aceh city. *Proceedings of AICS - Social Sciences*, 7(0), 472–479. <https://jurnal.usk.ac.id/AICS-Social/article/view/10356>
- Kementrian Keuangan. (2023). *Mengenal Program Pembinaan UMKM Kemenkeu Satu Tahun 2023*. <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-medan/baca-artikel/15879/Mengenal-Program-Pembinaan-UMKM-Kemenkeu-Satu-Tahun-2023.html>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2020). *Principles of Marketing* ((18th ed.)). Pearson Education Limited.
- Kurniawan, R., Mangunwihardjo, S., & Perdhana, M. S. (2019). Analisis Pengaruh Kemampuan Perusahaan, Daya Respon Rantai Pasok, Dan Praktik Manajemen Rantai Pasok Terhadap Keunggulan Bersaing Dan Kinerja Perusahaan (Studi pada Rantai Pasok Pelumas Jawa Tengah). *Jurnal Bisnis Strategi*, 27(2), 150. <https://doi.org/10.14710/jbs.27.2.150-166>
- Li, S., Ragu-Nathan, B., Ragu-Nathan, T. S., & Subba Rao, S. (2006). The impact of supply chain management practices on competitive advantage and organizational performance. *Omega*, 34(2), 107–124. <https://doi.org/10.1016/j.omega.2004.08.002>
- Lubis, Z. (2021). *Statistika Terapan untuk Ilmu-Ilmu Sosial dan Ekonomi*. Andi Yogyakarta.
- Lukitaningsih, J. D. &. (2021). *JUPIIS : Jurnal Pendidikan Ilmu-ilmu Sosial Warung Kopi sebagai Ruang Publik dari Masa Ke Masa Di Kota Medan Coffee Shop from Time to Time as a Public Sphere in Medan*. 13(1), 10–19.
- Manalu, J. E. K. (2023). *Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan dan Kreativitas terhadap Keberhasilan Usaha pada Coffeeshop di Kecamatan Medan Sunggal*. <https://repositori.uma.ac.id/handle/123456789/21911%0Ahttps://rep>

- ositori.uma.ac.id/jspui/bitstream/123456789/21911/1/188320304 - Jeremia Erik Kardo Manalu - Fulltext.pdf
- Maulini, Y., Maulina, E., Purnomo, M., & Rizal, M. (2022). Knowledge integration and entrepreneurial capabilities for sustainable competitive advantage through supply chain management. *Uncertain Supply Chain Management*, 10(2), 333–344. <https://doi.org/10.5267/j.uscm.2022.1.005>
- Mochammad, B. M. N. dan M. M. A. (2020). Factor Affecting Business Sustainability of Small and Medium Coffee Shop. *Jurnal Teknologi Industri Pertanian*, 30(3), 308–318. <https://doi.org/10.24961/j.tek.ind.pert.2020.30.3.308>
- Muhammad, X. Z., & Noviaristanti, S. (2021). Pengembangan Business Model Canvas Untuk Bisnis Mikro Coffee Shop. *EProceedings ...*, 8(5), 4745–4753. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/16042>
- Mulyana, A. R., R. M. Juddy Prabowo, Sri Hastuti, Rahardianto, & Khaerul Rizal Abdurahman. (2022). Managerial Competence and Performance of Cimahi SMEs Mediated by Knowledge Management Effectiveness. *East Asian Journal of Multidisciplinary Research*, 1(6), 1165–1174. <https://doi.org/10.55927/eajmr.v1i6.814>
- Neely, A. (2002). *Business Performance Measurement, Theory and Practice*. Cambridge University Press. <https://doi.org/https://doi.org/10.1017/CBO9780511753695>
- Nekhasius Agus Sunarjanto, Herlina Yoka Roida, C. M. (2016). *Kajian model klasifikasi kegagalan bisnis usaha mikro kecil*. 120–127.
- Nguyen, H. A. T., & Vo, T. H. T. (2021). The role of the coffee industry in sustainable economic development in Vietnam. *Accounting*, 7(3), 683–690. <https://doi.org/10.5267/j.ac.2020.12.008>
- Oldenburg, R. (2001). *Celebrating The Third Places: Inspiring Stories About The Great Good Places at The Heart of Our Communities*. Da Capo Press.
- Paloma, C., Yusmarni, Y., Putri, A., & Hasnah, H. (2022). Stuctural Equation Modeling-Partial Least Square-Untuk Permodelan Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha Kedai Kopi Skala Kecil Di Kota Padang. *Jurnal AGRISEP: Kajian Masalah Sosial Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 21(2), 283–296. <https://doi.org/10.31186/jagrisep.21.2.283-296>
- Parsa, H., & Gregory, A. (2011). *Why Do Restaurants Fail? Part III: An Analysis of Macro and Micro Why Do Restaurants Fail? Part III: An Analysis of Macro and Micro Factors Factors Recommended Citation Recommended Citation*. <http://library.ucf.edu>
- Paruli, E., & Santosa, W. (2023). Efek Mediasi Praktik Manajemen Sumber Daya Manusia Pada Hubungan Implementasi Manajemen Rantai Pasok Dengan Kinerja Umkm Di Jakarta. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 3(2), 2279–2288. <https://doi.org/10.25105/jet.v3i2.16862>
- Porter, M. (1985). *Porter 1985.pdf*. The Free Press.
- Pujawanti dan Mahendrawati. (2017). *Supply Chain management –Edisi 3*. Andi Yogyakarta.
- Purnomo, M., Yuliati, Y., Shinta, A., & Riana, F. D. (2021). Developing coffee

- culture among indonesia's middle-class: A case study in a coffee-producing country. *Cogent Social Sciences*, 7(1).
<https://doi.org/10.1080/23311886.2021.1949808>
- Putri Dahlan, O., Putri Dahlan, S., & Fahlevi, M. (2023). Marketing Mix Elements on Customer Service Satisfaction at Coffee Shops in Jakarta. *E3S Web of Conferences*, 448, 1–13. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202344801004>
- Rachman, M. A., Rochdiani, D., Rachmawati, E., & Wulandari, E. (2024). *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis Penerapan Bauran Pemasaran Olahan Kopi di Data Coffee Kota Bandung Application of the Marketing Mix for Coffee Products at Data Coffee Bandung*. 10, 3148–3157.
- Ramadan, A., Alkhodary, D., Alnawaiseh, M., Jebreen, K., Morshed, A., & Ahmad, A. B. (2024). Managerial Competence and Inventory Management in SME Financial Performance: A Hungarian Perspective. *Journal of Statistics Applications and Probability*, 13(3), 859–870.
<https://doi.org/10.18576/jsap/130301>
- Revindo, M. D., Siregar, C. H., & Yuliana, T. (2024). Harga Biji Kopi Fluktuatif Usaha Roastery dan Coffee Shop Antisipatif. *Trade and Industry Brief*.
- Rosiana, N. (2020). Dinamika Pola Pemasaran Kopi Pada Wilayah Sentra Produksi Utama Di Indonesia. *Jurnal AGROSAINS Dan TEKNOLOGI*, 5(1), 1.
<https://doi.org/10.24853/jat.5.1.1-10>
- Safuan, . (2017). Pengaruh Peningkatan Volume Produksi Dan Peningkatan Biaya Pemeliharaan Terhadap Pendapatan. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 1(2), 113. <https://doi.org/10.33603/jibm.v1i2.667>
- Sahabuddin, R., & Djufri, M. (2019). Analisis Kompetensi Kewirausahaan Pengusaha Warung Kopi Terhadap Kapabilitas Kinerja Usaha di Sulawesi Selatan. *Prosiding Seinar Nasional LP2M UNM - 2019 "Peran Penelitian Dalam Menunjang Percepatan Pembangunan Berkelanjutan Di Indonesia" LP2M UNM - 2019 "Peran Penelitian Dalam Menunjang Percepatan Pembangunan Berkelanjutan Di Indonesia,"* 3(5), 59–69.
<https://ojs.unm.ac.id/semnaslemlit/article/view/11241/6589>
- Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Hair, J. F. (2021). Partial Least Squares Structural Equation Modeling. *Handbook of Market Research*, November, 587–632.
https://doi.org/10.1007/978-3-319-57413-4_15
- Sholihin dan Ratmono. (2013). *Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 3.0 : untuk hubungan nonlinier dalam penelitian sosial dan bisnis*. Andi Yoogyakarta
- Silaningih, E., Kartini, T., & Ibrahim, Z. A. (2024). Business Performance Based on Entrepreneurial Orientation, Motivation, and Organizational Commitment in Snack Food MSMEs. *Kinerja*, 28(1), 143–158.
<https://doi.org/10.24002/kinerja.v28i1.8134>
- Silitonga, R. Y. H., Setiawati, M., & Immanuella, S. E. K. (2023). The Impact of Supply Chain Management Practices on Competitive Advantage and Organizational Performance. *Journal of Management Studies and Development*, 2(01), 26–36. <https://doi.org/10.56741/jmsd.v2i01.118>
- Simarmata, A., Jocom, S. G., & Kaunang, R. (2022). Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Aspek Bauran Pemasaran (Marketing Mix 7p) Pada Black Cup

- Coffee Roaster Di Kota Manado. *Agri-Sosioekonomi*, 18(3), 699–708. <https://doi.org/10.35791/agrsosek.v18i3.44693>
- Sinaga, J., Anggraeni, E., & Slamet, A. S. (2021). The effect of supply chain management practices and information and communication technology on competitive advantage and firm performance (case study: smes of processed food in jakarta). *Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship*, 7(1), 91–101. <https://doi.org/10.17358/ijbe.7.1.91>
- Spencer, L.M., & Spencer, S. M. (1993). *Competence at Work: Model for Superior Performance*. John Wiley & Son, Inc.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sukwika, T. (2023). Menentukan Populasi dan Sampling. In *Metode Penelitian “Dasar Praktik dan Penerapan Berbasis ICT”* (Issue August). <https://www.researchgate.net/publication/373137498>
- Syahputra, A. N., Pujianto, T., & Ardiansah, I. (2020). Analisis dan Pengukuran Kinerja Rantai Pasok Kopi di PT Sinar Mayang Lestari. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 4(1), 58–67. <https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2020.004.01.6>
- Tan, W.-L., & Tan, S. (2012). Entrepreneurs, Managers and the Competency Approach: Do Entrepreneurial Competencies Differentiate Entrepreneurs from Managers? *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2128318>
- Wardani, Y. K., Mangunwihardjo, S., & Perdhana, M. S. (2016). Membangun Strategi Bisnis Melalui Faktor Manajerial Sebagai Pemilik dan Lingkungan Bisnis Eksternal Dalam Meningkatkan Kinerja Perusahaan (Studi pada UKM makanan di Kota Semarang). *Jurnal Bisnis STRATEGI*, 25(2), 95–110. <https://doi.org/10.14710/jbs.25.2.82-94>
- Wiklund, J. and Shepherd, D. (2005). Entrepreneurial Orientation and small Business Performance: A Configurational Approach. *Journal of Business Venturing*, 20, 70–91.
- Wu, W. W. (2009). A competency-based model for the success of an entrepreneurial start-up. *WSEAS Transactions on Business and Economics*, 6(6), 279–291.
- Yateno, Ikhsan Wisnu, P., Rindu Dwi, F., Nurhikmah, Defi, H., Aura Cantika Amanda, S., Putri Dwi, S., Dea, R., Echa Kautsar, M., Reni Yunita, S., Azis, S., Rile Bagus, I., David, G., Jova, D., Putri, L., Bayu, A., Yasaya Melati, S., Latifah Nabila, N., & Krisna, M. (2025). *Supply Chain Management : Strategi Pengelolaan Persediaan Yang Efektif* (1). litnus.

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian



KUESIONER PENELITIAN

Kepada Yth,
Pemilik Coffee Shop
di
Medan

Saya atas nama Ari Ismoyo, Mahasiswa Magister Agribisnis Universitas Medan Area sedang melakukan penelitian mengenai “**Pengaruh Kompetensi Manajerial dan Manajemen Rantai Pasok terhadap Kinerja Usaha Coffee Shop di Kota Medan**”.

Bersama ini memohon ijin untuk menyebarkan Kuesioner penelitian yang berisi pernyataan yang berkaitan dengan aktivitas kompetensi manajerial dan manajemen rantai pasok terhadap kinerja *Coffee Shop* serta beberapa pertanyaan seputar profil Bapak/Ibu.

Bapak/Ibu dimohon menjawab survei dibawah ini dengan jujur dan sesuai dengan apa yang Bapak/Ibu ketahui serta pastikan tidak ada pertanyaan dan pernyataan yang terlewat. hasil dari survei bersifat rahasia dan hanya akan digunakan untuk kepentingan penelitian.

Atas kesediaan Bapak/Ibu meluangkan waktu dan kerjasama yang diberikan, Kami Mengucapkan Terima Kasih.

IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama Usaha :
2. Alamat Usaha :
3. Kecamatan :
4. Nama Responden :
5. Jabatan : Owner/Top Manager
6. Umur (tahun) :
7. Jenis Kelamin :
8. Tingkat Pendidikan :
9. Lama Usaha : (tahun)

- 10. Jenis kopi yang digunakan : Robusta/Arabika/Liberika
- 11. Di beli dalam bentuk : *Cherry bean/green bean/roasted bean/bubuk*
- 12. Asal kopi : Pedagang/petani (sebutkan lokasi)
- 13. Intensitas pembelian/bulan : kali
- 14. Kuantitas setiap pembelian : Kg
- 15. Harga/kg : Rp/kg

KOMPETENSI MANAJERIAL

Petunjuk: Silakan beri tanda (✓) pada kolom yang sesuai dengan pendapat Anda mengenai pernyataan-pernyataan di bawah ini.

Keterangan Jawaban :

- 1. Sangat Tidak Setuju (STS)
- 2. Tidak Setuju (TS)
- 3. Cukup Setuju (CS)
- 4. Setuju (S)
- 5. Sangat Setuju (SS)

No	Pernyataan	Parameter	Skala				
			5	4	3	2	1
<i>Achievement Orientation</i>							
1	Terus berusaha untuk memperbaiki kinerja	<input type="checkbox"/> = Selalu <input type="checkbox"/> = Sering <input type="checkbox"/> = Kadang <input type="checkbox"/> = Jarang <input type="checkbox"/> = Tidak Pernah					
2	Menetapkan tujuan yang menantang	<input type="checkbox"/> = Selalu <input type="checkbox"/> = Sering <input type="checkbox"/> = Kadang <input type="checkbox"/> = Jarang <input type="checkbox"/> = Tidak Pernah					
3	Mengambil resiko enterprenerial dengan pertimbangan yang masak	<input type="checkbox"/> = Selalu <input type="checkbox"/> = Sering <input type="checkbox"/> = Kadang <input type="checkbox"/> = Jarang <input type="checkbox"/> = Tidak Pernah					
<i>Teamwork and cooperation</i>							
1	Meminta input karyawan untuk memberikan pendapatnya terhadap suatu keputusan	<input type="checkbox"/> = Selalu <input type="checkbox"/> = Sering <input type="checkbox"/> = Kadang <input type="checkbox"/> = Jarang <input type="checkbox"/> = Tidak Pernah					

2	Memberi semangat dengan memberi penghargaan pada orang yang berperformansi baik	<input type="checkbox"/> = Selalu <input type="checkbox"/> = Sering <input type="checkbox"/> = Kadang <input type="checkbox"/> = Jarang <input type="checkbox"/> = Tidak Pernah					
3	Menciptakan kompetisi pada tim dengan tujuan meningkatkan kompetensi, keberanian dan kerjasama anggota	<input type="checkbox"/> = Selalu <input type="checkbox"/> = Sering <input type="checkbox"/> = Kadang <input type="checkbox"/> = Jarang <input type="checkbox"/> = Tidak Pernah					
Analytical thinking							
1	Menguraikan masalah - masalah menjadi bagian - bagian / tugas / kegiatan	<input type="checkbox"/> = Selalu <input type="checkbox"/> = Sering <input type="checkbox"/> = Kadang <input type="checkbox"/> = Jarang <input type="checkbox"/> = Tidak Pernah					
2	Membuat rencana atau analisis yang cukup kompleks	<input type="checkbox"/> = Selalu <input type="checkbox"/> = Sering <input type="checkbox"/> = Kadang <input type="checkbox"/> = Jarang <input type="checkbox"/> = Tidak Pernah					
3	Membuat rencana atau analisa yang biasa rumit	<input type="checkbox"/> = Selalu <input type="checkbox"/> = Sering <input type="checkbox"/> = Kadang <input type="checkbox"/> = Jarang <input type="checkbox"/> = Tidak Pernah					
Initiative							
1	Menunjukkan usaha yang konsisten	<input type="checkbox"/> = Selalu <input type="checkbox"/> = Sering <input type="checkbox"/> = Kadang <input type="checkbox"/> = Jarang <input type="checkbox"/> = Tidak Pernah					
2	Cepat mengambil suatu keputusan dan bertindak dalam suatu hambatan	<input type="checkbox"/> = Selalu <input type="checkbox"/> = Sering <input type="checkbox"/> = Kadang <input type="checkbox"/> = Jarang <input type="checkbox"/> = Tidak Pernah					

3	Melakukan tindakan antisipatif dan bertindak untuk menciptakan kesempatan dan menghindari masalah dimasa depan	<input type="checkbox"/> = 5 - 10 tahun kedepan <input type="checkbox"/> = 2 - 5 tahun kedepan <input type="checkbox"/> = 1 - 2 tahun kedepan <input type="checkbox"/> = 3 - 12 bulan kedepan <input type="checkbox"/> = 2 bulan kedepan					
Self Confidence							
1	Percaya diri atas kemampuan yang dimiliki	<input type="checkbox"/> = Selalu <input type="checkbox"/> = Sering <input type="checkbox"/> = Kadang <input type="checkbox"/> = Jarang <input type="checkbox"/> = Tidak Pernah					
2	Menempatkan diri dalam suatu yang sangat menantang	<input type="checkbox"/> = Selalu <input type="checkbox"/> = Sering <input type="checkbox"/> = Kadang <input type="checkbox"/> = Jarang <input type="checkbox"/> = Tidak Pernah					
3	Menerima tanggung jawab, belajar dari kesalahan dan dan bertindak untuk memperbaiki masalah	<input type="checkbox"/> = Selalu <input type="checkbox"/> = Sering <input type="checkbox"/> = Kadang <input type="checkbox"/> = Jarang <input type="checkbox"/> = Tidak Pernah					
Conceptual thinking							
1	Menggunakan rumusan sederhana untuk mengidentifikasi situasi atau masalah	<input type="checkbox"/> = Selalu <input type="checkbox"/> = Sering <input type="checkbox"/> = Kadang <input type="checkbox"/> = Jarang <input type="checkbox"/> = Tidak Pernah					
2	Membuat konsep- konsep baru dalam mengidentifikasi masalah dan keadaan	<input type="checkbox"/> = Selalu <input type="checkbox"/> = Sering <input type="checkbox"/> = Kadang <input type="checkbox"/> = Jarang <input type="checkbox"/> = Tidak Pernah					
3	Membuat model – model baru yang diciptakan untuk menyelesaikan suatu permasalahan yang kompleks	<input type="checkbox"/> = Selalu <input type="checkbox"/> = Sering <input type="checkbox"/> = Kadang <input type="checkbox"/> = Jarang <input type="checkbox"/> = Tidak Pernah					

PRAKTIK MANAJEMEN RANTAI PASOK

No	Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS
<i>Strategic Supplier Partnership / Hubungan Pemasok Strategis</i>						
1	Mengutamakan kualitas sebagai kriteria utama dalam memilih pemasok					
2	Menyelesaikan masalah dengan pemasok (permasalahan yang muncul dengan pemasok dapat diselesaikan)					
3	Bekerjasama dengan pemasok dan mempertimbangkan saran yang diberikan dalam meningkatkan kualitas produk serta pengembangan produk baru					
4	Senantiasa melibatkan pemasok dalam membuat sebuah perencanaan strategi dan program perbaikan berkelanjutan (<i>continuous improvement</i>)					
<i>Customer Relationship / Hubungan Pelanggan</i>						
1	Senantiasa mengevaluasi kepuasan pelanggan, serta memfasilitasi pelanggan yang membutuhkan bantuan/ mengadukan keluhan					
2	Senantiasa mencari tahu apa keinginan pelanggan dimasa depan (<i>future expectation</i>).					
3	Melakukan evaluasi secara berkala mengenai pentingnya hubungan terhadap pelanggan					
<i>Information Sharing / Sharing Informasi</i>						
1	Senantiasa melakukan pertukaran informasi dengan pemasok untuk mengetahui keadaan/ perubahan pasar, serta membuat perencanaan bisnis.					
2	Berbagi pengetahuan bisnis bersama pemasok.					
3	Menginformasikan perubahan yang mungkin akan mempengaruhi bisnis keduanya					
<i>Information quality / Kualitas Informasi</i>						
1	Senantiasa bertukar informasi yang tepat dengan pemasok demi kemajuan bisnis					
2	Kami memberikan informasi pada pemasok kami secara tepat waktu					

3	Pertukaran informasi dengan pemasok sudah cukup dan lengkap					
---	---	--	--	--	--	--

KINERJA USAHA

No	Pernyataan	Parameter	Skala				
			5	4	3	2	1
Keuntungan							
1	Dalam satu bulan keuntungan mencapai target	<input type="checkbox"/> = Selalu <input type="checkbox"/> = Sering <input type="checkbox"/> = Kadang <input type="checkbox"/> = Jarang <input type="checkbox"/> = Tidak Pernah					
2	Omset meningkat dalam satu tahun	<input type="checkbox"/> = 5-12 kali <input type="checkbox"/> = 4 kali <input type="checkbox"/> = 3 kali <input type="checkbox"/> = 2 kali <input type="checkbox"/> = 1 kali					
3	Jumlah penjualan produk kopi saya meningkat dalam satu tahun						
4	Harga jual produk kopi saya meningkat dalam satu tahun						
3	Biaya bahan baku kopi saya menurun dalam satu tahun						
Omset							
1	Dalam satu bulan omset mencapai target	<input type="checkbox"/> = Selalu <input type="checkbox"/> = Sering <input type="checkbox"/> = Kadang <input type="checkbox"/> = Jarang <input type="checkbox"/> = Tidak Pernah					

2	Omset meningkat dalam satu tahun	<input type="checkbox"/> = 5-12 kali <input type="checkbox"/> = 4 kali <input type="checkbox"/> = 3 kali <input type="checkbox"/> = 2 kali <input type="checkbox"/> = 1 kali					
---	----------------------------------	--	--	--	--	--	--

1. Berapa rata rata keuntungan penjualan/bulan : Rp/bulan
2. Berapa rata rata omset/bulan : Rp/bulan
3. Berapa target penjualan produk kopi : Cangkir/bulan
4. Berapa kontribusi keuntungan penjualan produk kopi : persen



Lampiran 2 Data Karakteristik Responden

No	Nama Responden	Jabatan	Umur	Jenis Kelamin	Tingkat Pendidikan	Lama Usaha
1	Novi	Owner	36	Perempuan	S1	2
2	Maulana	Top Manajer	34	Laki-Laki	S1	2
3	Akbar Nurhakim	Top Manajer	23	Laki-Laki	S1	2
4	Philip Simanjuntak	Top Manajer	20	Laki-Laki	SMA	2
5	Agung Pratama	Top Manajer	23	Laki-Laki	SMA	2
6	Arif Rahmadani	Owner	35	Laki-Laki	SMA	2
7	Alforso Fedrian	Top Manajer	41	Laki-Laki	D3	2
8	Wanto	Top Manajer	25	Laki-Laki	SMA	2
9	Muhammad Akbar	Top Manajer	25	Laki-Laki	S1	3
10	Moonyaribatunnisa	Top Manajer	20	Perempuan	SMA	3
11	Hendrik	Owner	26	Laki-Laki	S1	3
12	Ikram A Nasution	Owner	34	Laki-Laki	S1	3
13	Bram Wiratma	Top Manajer	32	Laki-Laki	D3	4
14	Abdillah Al Khazmi	Top Manajer	32	Laki-Laki	S1	4
15	Haikal Putra Rizal	Owner	26	Laki-Laki	S2	4
16	M. Yazied Arief	Owner	40	Laki-Laki	S1	4
17	Ririn	Top Manajer	32	Perempuan	S1	4
18	Romi	Owner	33	Laki-Laki	S1	4
19	Ifsan Maulana	Top Manajer	25	Laki-Laki	S1	4
20	Andy Abdullah	Owner	40	Laki-Laki	S1	4
21	Abdul Majid	Top Manajer	39	Laki-Laki	S1	4
22	Fraja	Top Manajer	20	Laki-Laki	SMA	4
23	Imam Prmana	Top Manajer	32	Laki-Laki	S1	4
24	Dede	Top Manajer	27	Laki-Laki	SMA	4
25	APONK	Owner	33	Laki-Laki	S1	4
26	Endi	Top Manajer	29	Laki-Laki	SMA	5
27	Christ Satria Marbun	Owner	33	Laki-Laki	S1	5
28	Randi	Top Manajer	27	Laki-Laki	D3	5
29	Ivan Bangun	Owner	28	Laki-Laki	S1	5
30	Dendy Pratama	Top Manajer	26	Laki-Laki	SMA	5
31	Ferdi	Owner	35	Laki-Laki	S1	6
32	Muchtar Luthfi	Owner	32	Laki-Laki	S1	6
33	Chrtistin Robinh	Top Manajer	25	Perempuan	S1	7
34	Candra Arias Perangin-angin	Top Manajer	26	Laki-Laki	SMA	7
35	Mursada	Owner	43	Laki-Laki	S1	11

Lampiran 4 Dokumentasi Penelitian



