

BAB III METODE PENELITIAN

1.1 Objek Penelitian

Adapun yang menjadi objek penelitian ini adalah kinerja *supply chain management* pada Miski Aghnia Corporation yang diukur menggunakan dengan menggunakan pendekatan *supply chain operation reference* (SCOR) yang berdasarkan kepada 5 proses inti yaitu *plan, source, make, deliver* dan *return*. Atribut kinerja yang digunakan adalah *realibility, responsiveness* dan *flexibility* sedangkan untuk metrik penilaian disesuaikan dengan kondisi perusahaan.

1.2 Metode Penelitian

Dalam sebuah penelitian, menentukan metode yang akan digunakan dalam penelitian merupakan langkah utama yang harus dilakukan terlebih dahulu, karena metode tersebut akan menjadi acuan langkah-langkah yang harus dilakukan selama penelitian berlangsung, sehingga di akhir proses penelitian akan didapatkan data yang valid serta dapat mencapai tujuan dan kegunaan tertentu.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Supply Chain Operation Reference* (SCOR). Pujawan dan Mahendrawathi (2017) mengemukakan “SCOR adalah suatu model acuan dari proses *supply chain*. SCOR pada dasarnya juga merupakan model yang berdasarkan proses. Model ini mengintegrasikan tiga elemen utama dalam manajemen, yaitu *business process reengineering, benchmarking, dan process measurement* ke dalam kerangka lintas fungsi dalam *supply chain*. Sedangkan untuk menentukan bobot setiap metrik penilaian menggunakan *Analytical Hierarchi Process* (AHP).”

1.3 Operasionalisasi Kinerja

Operasionalisasi kinerja diperlukan untuk menentukan atribut dan metrik yang akan digunakan dalam penelitian ini. Berikut ini adalah operasionalisasi kinerja untuk pengukuran *supply chain management* menggunakan pendekatan *supply chain operation reference* (SCOR).

TABEL 3.1
OPERASIONALISASI KINERJA

Proses Inti	Atribut	Indikator	Skala
<i>Plan</i>	<i>Realibility</i>	Tingkat ketepatan perkiraan bahan baku	Interval
		Tingkat ketepatan perkiraan <i>stock</i> produk di gudang dengan permintaan konsumen	Interval
		Tingkat ketepatan jadwal pengiriman pesanan konsumen	Interval
		Tingkat ketepatan dalam memperhitungkan kebutuhan pasar dalam jangka waktu tertentu	Interval
		Tingkat ketepatan perkiraan jumlah permintaan dengan pesanan konsumen	Interval
	<i>Responsiveness</i>	Tingkat kemampuan merencanakan promosi penjualan yang akan digunakan	Interval
		Tingkat kemampuan dalam membuat strategi inovasi produk baru sesuai dengan <i>trend</i> dan persediaan bahan baku dalam jangka waktu tertentu	Interval
	<i>Source</i>	<i>Realibility</i>	Tingkat kemampuan pemasok dalam memenuhi permintaan bahan baku
Tingkat kemampuan pengrajin dalam memenuhi permintaan produk dari perusahaan			Interval
<i>Responsiveness</i>		Tingkat kemampuan karyawan perusahaan dalam melayani kebutuhan konsumen	Interval
<i>Flexibility</i>		Tingkat kemampuan perusahaan memenuhi permintaan konsumen dengan kondisi permintaan tidak dapat diprediksi	Interval
		Tingkat kemampuan perusahaan memenuhi permintaan konsumen saat terjadi masalah yang tidak dapat dihindari	Interval
<i>Make</i>	<i>Realibility</i>	Tingkat kecepatan pemasok menyediakan bahan baku sesuai permintaan	Interval
		Tingkat kecepatan pengrajin/ <i>vendor</i> membuat produk sesuai permintaan	Interval
		Tingkat kehandalan pengrajin/ <i>vendor</i> dalam mengolah bahan baku menjadi produk jadi	Interval
	<i>Responsiveness</i>	Tingkat kecepatan perusahaan memenuhi permintaan konsumen dalam jangka waktu tertentu	Interval
		Tingkat efisiensi alat dan mesin yang digunakan dalam pembuatan produk	Interval
		Tingkat ketepatan waktu proses produksi dengan jadwal yang telah ditentukan	Interval
<i>Delivery</i>	<i>Realibility</i>	Pemasok mengirimkan bahan baku tepat waktu	Interval

Proses Inti	Atribut	Indikator	Skala
		Pengrajin/ <i>Vendor</i> mengirimkan produk tepat waktu	Interval
		Perusahaan mengirimkan produk kepada konsumen tepat waktu	Interval
		Perusahaan mengirimkan produk kepada konsumen sesuai dengan permintaan	Interval
		Biaya pengiriman sesuai dengan perhitungan	Interval
		Kualitas <i>packaging</i> produk ketika dikirim kepada konsumen	Interval
	<i>Responsiveness</i>	Perusahaan memberikan informasi kepada konsumen secara cepat, tepat dan akurat mengenai pengiriman produk	Interval
	Jasa pengiriman yang dipilih memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan konsumen dan perusahaan	Interval	
<i>Return</i>	<i>Realibility</i>	Respon pemasok terhadap pengembalian bahan baku yang rusak	Interval
		Respon pengrajin/ <i>vendor</i> terhadap pengembalian produk <i>reject</i>	Interval
		Respon perusahaan terhadap pengembalian produk <i>reject</i>	Interval
	<i>Responsiveness</i>	Pemasok mengganti bahan baku yang rusak tepat waktu	Interval
		Pengrajin/ <i>vendor</i> mengganti produk <i>reject</i> sesuai dengan waktu yang telah disepakati	Interval
		Perusahaan mengganti produk <i>reject</i> sesuai dengan waktu garansi	Interval
		Perusahaan menerima barang return dari konsumen jika terjadi kerusakan pada produk atau permasalahan lainnya sesuai dengan waktu garansi yang telah ditentukan	Interval
		Tingkat kecepatan karyawan dalam menangani keluhan/komplain dari konsumen	Interval

Sumber: Diolah dari berbagai literatur

1.4 Jenis dan Sumber Data Penelitian

Sumber data penelitian adalah sumber data yang dibutuhkan untuk penelitian yang diperoleh baik secara langsung maupun tidak langsung dan berhubungan dengan objek yang diteliti. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder. Anwar Sanusi (2013) menyatakan bahwa “Data primer adalah data yang pertama kali dicatat dan dikumpulkan oleh

peneliti, sedangkan data sekunder adalah data yang sudah ada dan dikumpulkan oleh pihak lain.”

Dalam penelitian ini, data primer diperoleh langsung dari perusahaan yang diteliti yang merupakan sumber pengolahnya, sedangkan sumber data sekunder yaitu literatur, artikel, jurnal ilmiah, serta situs di internet yang berkenaan dengan penelitian. Berikut ini adalah rincian data primer dan sekunder yang digunakan dalam penelitian ini.

TABEL 3.2
JENIS DAN SUMBER DATA

No	Jenis Data	Sumber Data	Kategori Data
1	Rekapitulasi Jumlah Penjualan Produk Miski Aghnia Corporation Periode Tahun 2015 -2019	Miski Aghnia Corporation	Sekunder
2	Rekapitulasi Jumlah Pendapatan Bersih Miski Aghnia Corporation Periode Tahun 2015 -2019	Miski Aghnia Corporation	Sekunder
3	Hasil Wawancara dengan Bagian Manajemen Miski Aghnia Corporation	Miski Aghnia Corporation	Primer
4	Data Jumlah Karyawan PT Miski Aghnia Corporation	Miski Aghnia Corporation	Sekunder
5	Pertumbuhan Industri Pengolahan Non-Migas 2015 - 2019 Menurut Cabang-Cabang Industri Tahun Dasar	Laporan Kinerja Kementerian Industri 2018	Sekunder

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2019

1.5 Populasi

Menurut Sugiyono (2012:80) mendefinisikan bahwa “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.” Berdasarkan pengertian populasi, maka yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan PT Miski Aghnia Corporation yang berjumlah 71 orang.

TABEL 3.3
JUMLAH KARYAWAN PT. MISKI AGH Nia CORPORATION

No	Departemen	Jumlah
1	<i>Quality & HRD Management</i>	1
2	<i>Marketing Management</i>	1
3	<i>Operational Management</i>	1

No	Departemen	Jumlah
4	<i>R&D Management</i>	1
5	Akunting	3
6	<i>Research And Development</i>	4
7	Keuangan	3
8	Produksi	2
9	<i>General Affair</i>	4
10	<i>Marketing</i>	1
11	<i>Information Technology</i>	2
12	Bahan Bantu	2
13	<i>Store</i>	6
14	<i>Customer Care</i>	3
15	Ekspedisi	9
16	<i>Front Office</i>	13
17	Gudang	14
18	Koordinator Kendaraan	1
TOTAL		71

Sumber: PT. Miski Aghnia Corporation 2019 (Data diolah)

1.6 Sampel

“Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut” (Sugiyono, 2012). Dalam penelitian ini, responden yang akan digunakan untuk sampel adalah 8 orang kepala staf yang pekerjaannya berhubungan dengan kinerja *supply chain*.

1.7 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan proses pengumpulan data yang diperlukan dalam penelitian untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

a. Wawancara

Metode wawancara dilakukan agar data yang diperoleh dapat lebih dalam dan rinci. Wawancara ini dilakukan dengan bagian Manajemen Miski Aghnia Corporation, hal ini bertujuan untuk memperoleh informasi mengenai permasalahan yang diteliti. Teknik wawancara yang digunakan adalah wawancara tidak terstruktur. Menurut Sugiyono (2012) “Wawancara tidak terstruktur, adalah wawancara yang bebas di mana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya.”

b. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan adalah pengumpulan data dan informasi melalui buku, internet, jurnal, dan karya ilmiah lainnya guna memperoleh informasi yang berhubungan dengan teori-teori dan konsep-konsep yang berkaitan dengan masalah penelitian yang sedang diteliti.

c. Observasi

Upaya untuk memperoleh data dengan melakukan pengamatan langsung terhadap objek penelitian.

d. Kuesioner

Menurut Sugiyono (2012) “Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.” Dalam kuesioner, peneliti mengemukakan beberapa pernyataan tertulis yang mencerminkan pengukuran atribut dari *supply chain management*.

1.8 Teknik Pemecahan Masalah

Pemecahan masalah dilakukan dengan menggunakan pendekatan *supply chain operation reference* (SCOR) dan pembobotan dilakukan dengan metode *analytical hierarchy process* (AHP).

1.8.1 Hierarki Pengukuran Kinerja *Supply Chain Management*

Identifikasi *supply chain management* perusahaan dilakukan dengan cara mengamati dan menyusun kerangka *supply chain management* dengan menggunakan pendekatan SCOR. Setiap perusahaan memiliki kondisi *supply chain* yang berbeda antara satu dengan yang lainnya, oleh karena itu hierarki pengukuran kinerja *supply chain management* harus disesuaikan dengan kondisi perusahaan yang diteliti.

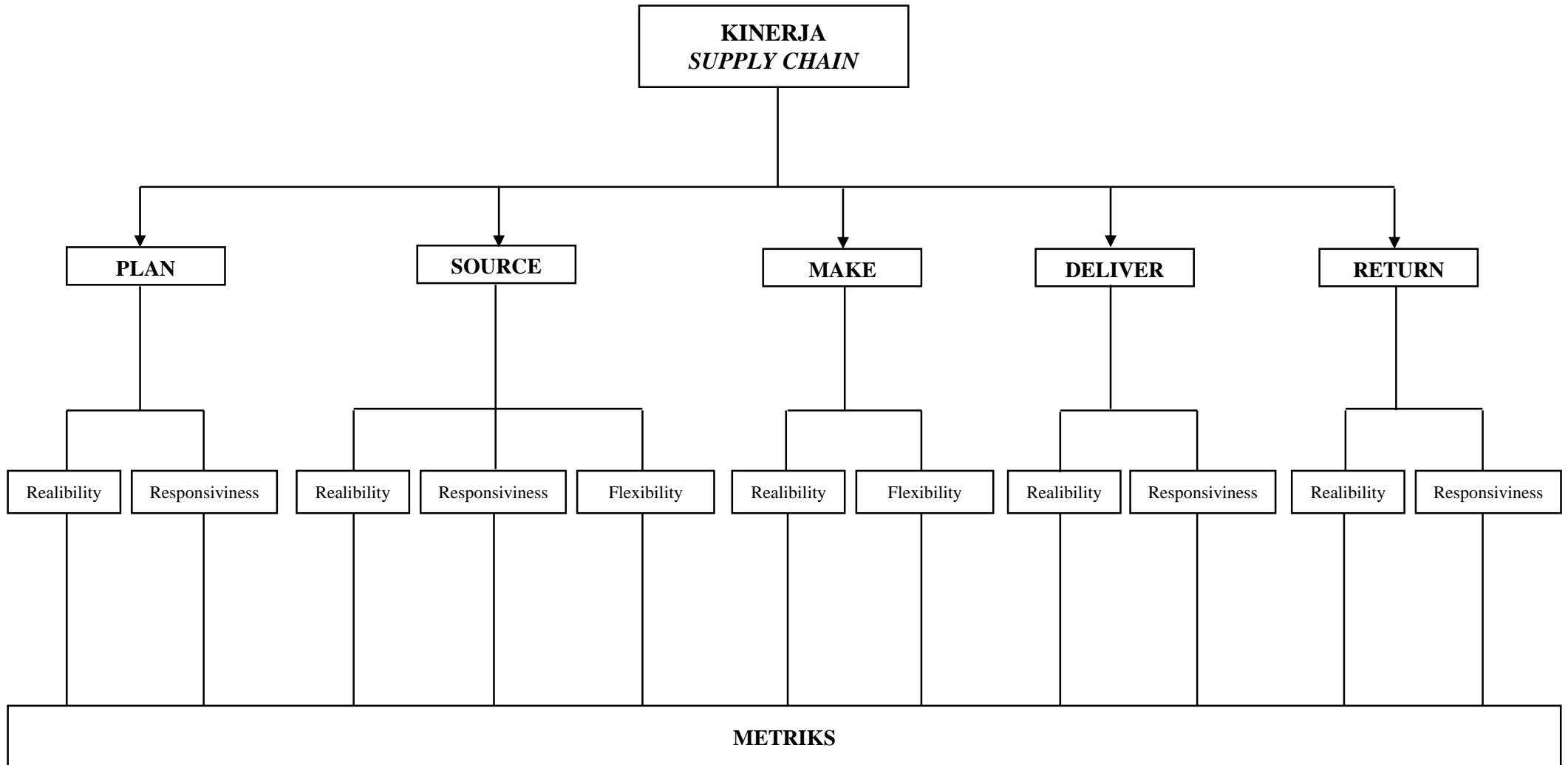
Rancangan kerangka pengukuran kinerja *supply chain management* dibuat dengan mengidentifikasi metrik level 1 yaitu berupa proses *supply chain management* yang ada pada SCOR antara lain, *plan* (proses merencanakan), *source* (proses pengadaan bahan baku), *make* (proses produksi), *deliver* (proses pengiriman), dan *return* (proses pengembalian).

Metrik pada level 2 yaitu dimensi untuk pengukuran kinerja *supply chain management*. Dimensi yang digunakan antara lain *Reliability* (Kehandalan),

Responsiveness (Ketanggapan), *Flexibility* (Respon), sedangkan dimensi *Cost* (Biaya), dan *Asset* (Kekayaan) tidak digunakan karena kedua dimensi tersebut bersifat rahasia perusahaan. Metrik level 3 terdiri dari indikator yang berpengaruh pada tiap proses dan dimensi *supply chain management* perusahaan dan sudah mengalami penyesuaian yang berkaitan dengan:

1. Sesuai atau tidak dengan kondisi perusahaan
2. Ada atau tidak data yang diperlukan
3. Sulit atau tidak data tersebut diperoleh

Dari ketiga level tersebut kemudian dibuat hierarki pemilihan indikator kinerja *supply chain* di perusahaan berdasarkan wawancara dan pengisian kuesioner indikator oleh manajer/pimpinan perusahaan perusahaan. Adapun gambar hierarki pengukuran kinerja *supply chain* di PT Miski Aghnia Corporation adalah sebagai berikut:



GAMBAR 3.1
HIERARKI KINERJA SUPPLY CHAIN

Suci Wiherni Dyah Hastuti, 2020

*PENGUKURAN KINERJA SUPPLY CHAIN MANAGEMENT DENGAN MENGGUNAKAN
PENDEKATAN SUPPLY CHAIN OPERATION REFERENCE (SCOR)*

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

1.8.2 Pendekatan *Supply Chain Operation Model* (SCOR)

Penelitian ini menggunakan pendekatan *supply chain operation model* (SCOR) melalui beberapa tahapan yang dilakukan, antara lain:

1. Melakukan analisis untuk mencari akar penyebab dan potensial penyebab dari masalah yang timbul
2. Menentukan alternatif perbaikan
3. Memilih alternatif perbaikan yang sesuai
4. Melakukan kontrol serta *monitoring* terhadap variabel-variabel hasil perbaikan agar tidak terjadi penyimpangan kualitas

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengukuran kinerja dari *supply chain management* di PT Miski Aghnia Corporation yang ditinjau dari tiga atribut kerja yang terdapat pada *supply chain operation model* (SCOR).

a. *Supply Chain Reliability* yang berkaitan dengan keandalan suatu proses rantai pasok dari suatu perusahaan.

b. *Supply Chain Responsiveness*

Berkaitan dengan kecepatan waktu dalam merespon setiap perubahan yang terjadi pada suatu proses rantai pasok perusahaan.

c. *Supply Chain Flexibility*

Berkaitan dengan waktu yang dibutuhkan (tanpa harus ada biaya pinalti) bagi suatu *supply chain* untuk merespon kenaikan permintaan yang tidak terencana sebesar 20%.

1.8.3 Penentuan Metriks Sebagai Indikator Pengukuran Kinerja *Supply Chain*

Pada level tiga hierarki pengukuran kinerja *supply chain* PT Miski Aghnia Corporation terdapat beberapa metriks yang digunakan sebagai indikator yang memiliki arti yang berbeda-beda di dalam pengukuran kinerja tersebut. Selain itu setiap metriks juga memerlukan sumber data yang berbeda. Adapun penjelasan dari setiap metriks adalah sebagai berikut.

1.8.3.1 Plan

Ruang lingkup *plan* mencakup aspek dan metrik-metrik sebagai berikut:

a. Reliability

- *Forecast Accuracy* adalah presentase penyimpangan permintaan aktual dengan permintaan hasil ramalan, periode pengukurannya satu tahun sekali.

$$\text{Rumus } Forecast Accuracy = \frac{\text{Ramalan permintaan} - \text{Ramalan aktual}}{\text{Permintaan aktual}} \times 100\%$$

- *Inventory Level for Packaging* adalah rata-rata lama penyimpangan barang di gudang, periode pengukurannya yaitu selama satu bulan sekali.

$$\text{Rumus } Inventory Level for Packaging = \frac{\text{Inventory rata-rata tiap bulan}}{\text{Jumlah permintaan rata-rata tiap bulan}} \times 100\%$$

b. Responsiveness

- *Time to Identify New Product* adalah waktu yang dibutuhkan untuk melakukan penelitian dan pengembangan produk baru.
- *Planning Cycle Time* adalah waktu yang dibutuhkan untuk menyusun jadwal produksi.

1.8.3.2 Source

Ruang lingkup *source* mencakup aspek dan metrik-metrik sebagai berikut.

a. Realibility

- *Defect Rate* adalah presentase jumlah unit material cacat yang dikembalikan ke *supplier*. Periode pengukurannya yaitu selama satu bulan sekali.

$$\text{Rumus } Defect Rate = \frac{\text{Jumlah unit cacat}}{\text{Jumlah unit yang dikirim}} \times 100\%$$

- *Source Fill Rate* adalah presentase jumlah permintaan yang bisa dipenuhi oleh *project client*. Periode pengukurannya yaitu selama satu bulan sekali.

$$\text{Rumus } Source Fill Rate = \frac{\text{Jumlah unit yang dapat dipenuhi}}{\text{Jumlah unit yang dibutuhkan}} \times 100\%$$

- *Deviation Material Arrival Schedule* adalah rata-rata penyimpangan tanggal kedatangan material. Periode pengukurannya adalah satu bulan sekali.
- *Number of Meeting with Supplier* adalah jumlah pertemuan dengan *supplier* untuk melakukan evaluasi.

b. *Responsiveness*

- *Purchase Order Cycle Time* adalah waktu yang dibutuhkan perusahaan untuk menerbitkan/memutuskan suatu *purchase order*.

c. *Flexybility*

- *Source Flexibility* adalah jumlah pemasok pengganti apabila pemasok utama pertama tidak bisa memenuhi pesanan.

1.8.3.3 *Make*

Ruang lingkup *make* mencakup aspek dan metrik-metrik sebagai berikut:

a. *Realibility*

- *Failure in Process* adalah presentase jumlah kegagalan atau cacat yang terjadi pada proses produksi. Periode pengukurannya adalah satu bulan sekali

$$\text{Rumus } Failure\ in\ Process = \frac{\text{Jumlah cacat}}{\text{Jumlah unit yang diproduksi}} \times 100\%$$

- *Make Employee Reliability* adalah presentase kenyataan banyaknya barang yang dapat dibuat oleh *vendor*. Periode pengukurannya adalah satu bulan sekali.

$$\text{Rumus } Make\ Employee\ Reliability = \frac{\text{Jumlah unit produk yang jadi}}{\text{Jumlah unit produk yang ditentukan}} \times 100\%$$

b. *Flexibility*

- *Production item flexibility* adalah jumlah produksi yang bisa memenuhi permintaan.

1.8.3.4 *Deliver*

Ruang lingkup *deliver* mencakup aspek dan metrik-metrik sebagai berikut:

a. *Reliability*

- *Fill Rate* adalah presentase jumlah barang yang tersedia ketika diminta pelanggan. Periode pengukurannya adalah satu bulan sekali.

$$\text{Rumus } Fill\ Rate = \frac{\text{Jumlah permintaan}}{\text{Jumlah inventory}} \times 100\%$$

- *Number of Meeting with Customer* adalah jumlah pertemuan dengan pelanggan untuk mengetahui keinginan pasar.

b. *Responsiveness*

- *Delivery Deadline* adalah tenggang waktu yang diberikan perusahaan kepada pelanggan untuk mengambil barang sejak *delivery order* diterbitkan.

1.8.3.5 Return

Ruang lingkup *return* mencakup aspek dan metrik-metrik sebagai berikut.

a. Reliability

- *Return Rate from Company to Supplier* adalah presentase pengembalian jumlah produk cacat ke pemasok. Periode pengukurannya adalah satu bulan sekali.

$$\text{Rumus } \textit{Return Rate from Company to Supplier} = \frac{\text{Jumlah unit yang dikembalikan}}{\text{Jumlah unit yang diterima}} \times 100\%$$

- *Customer Complain* adalah jumlah komplain konsumen ke pihak perusahaan

b. Responsiveness

- *Project Client Repaired Time* adalah waktu yang diperlukan *supplier* untuk memperbaiki produk yang cacat.
- *Product replacement time* adalah waktu untuk mengganti produk cacar yang dikembalikan oleh konsumen.

1.8.4 Perhitungan Normalisasi Hasil SCOR

Menurut Sumiati (2012) “*Scoring System* berfungsi untuk menyamakan skala nilai dari masing-masing *Key Performance Indicator* (KPI). Sehingga perusahaan mampu mengukur dan menentukan tingkat pencapaian dari masing-masing *Key Performance Indicator* (KPI). Setiap indikator memiliki bobot yang berbeda-beda dengan skala ukuran yang berbeda-beda pula. Oleh karena itu, diperlukan proses penyamaan parameter, yaitu dengan cara normalisasi tersebut. Di sini normalisasi memegang peranan cukup penting demi tercapainya nilai akhir dari pengukuran performansi. Proses normalisasi dilakukan dengan rumus normalisasi *Snorm De boer*, yaitu:

$$S_{norm} = \frac{Si - S_{min}}{S_{max} - S_{min}} \times 100 \text{ atau } \frac{(Si - S_{min})}{(S_{max} - S_{min})} = \frac{Skor - 0}{100 - 0}$$

Keterangan:

S_i = Nilai indikator aktual yang berhasil dicapai

S_{min} = Nilai pencapaian performansi terburuk dari indikator performansi

S_{max} = Nilai pencapaian performansi terbaik dari indikator performansi

Pada pengukuran ini, setiap bobot indikator dikonversikan ke dalam interval nilai tertentu yaitu 0 sampai 100. Nol (0) diartikan paling jelek dan seratus (100)

diartikan paling baik. Dengan demikian parameter dari setiap indikator adalah sama, setelah itu didapatkan suatu hasil yang dapat dianalisa.

1.8.5 Pembobotan dengan *Analytical Hierarchy Process* (AHP)

Tahapan pembobotan KPI dilakukan dengan menggunakan *Analytical Hierarchy Process* (AHP). Pembobotan ini dilakukan untuk mengetahui tingkat kepentingan dari tiap level dan KPI. Secara umum langkah-langkah yang harus dilakukan dalam menggunakan AHP untuk memecahkan masalah adalah:

1. Mendefinisikan masalah dan menentukan solusi yang diinginkan.
2. Membuat struktur hierarki keputusan sehingga permasalahan yang kompleks dapat ditinjau dari sisi yang detail.
3. Menyusun prioritas untuk setiap elemen masalah pada tingkat hierarki. Proses ini akan menghasilkan bobot terhadap pencapaian tujuan, sehingga elemen dengan bobot tertinggi memiliki prioritas penanganannya.

Pada AHP, ditetapkan skala rasio 1 sampai 9 untuk menilai perbandingan tingkat kepentingan suatu elemen terhadap elemen lainnya. Kuisisioner akan diberikan kepada kepala staf perusahaan yang berkaitan dengan proses manajemen rantai pasok.

Pembobotan tingkat kepentingan dilakukan untuk level 1 dan level 2 hierarki pengukuran kinerja *supply chain management*, sedangkan pada level 3 tidak dilakukan pembobotan. Pada pembobotan tingkat kepentingan level 1 dilakukan dengan cara membandingkan secara berpasangan seluruh proses yang ada di dalamnya, yaitu *plan*, *source*, *make*, *delivery*, dan *return*. Pada pembobotan tingkat kepentingan level 2 dilakukan perbandingan antara *reability*, *responsiviness* dan *flexybility*.

1.8.6 Penentuan Nilai Akhir Kinerja *Supply Chain Management*

Hasil pengukuran nilai akhir kinerja rantai pasok diperoleh dari perhitungan normalisasi dan pembobotan nilai akhir dari indikator atau metrik kinerja yang akan menjadi nilai subjektivitas perusahaan berdasarkan tingkat kepentingan.

TABEL 3.4
SISTEM MONITORING INDIKATOR KINERJA

Sistem Monitoring	Indikator Kinerja
< 40	Poor
40 – 50	Marginal
50 – 70	Average
70 – 90	Good
> 90	Exellent

Sumber: *Performance Measurement and Improvement Trienekens dan Improvement in Suplly Chain* (Hvolby, 2000)

Berdasarkan pada tabel 3.4 dapat diketahui bahwa jika nilai kinerja *supply chain* yang di dapatkan kurang dari 40 maka kinerja *supply chain* dapat dikatakan *poor* (rendah), jika nilai kinerja *supply chain* berada diantara 40-50 maka kinerja *supply chain* dapat dikatakan *marginal* (tidak terlalu menguntungkan), kemudian jika nilai kinerja *supply chain* yang diperoleh ada diantara 50-70 maka kinerja *supply chain* berada pada katategori *average* (rata-rata). Sedangkan untuk nilai kinerja *supply chain* yang berada diantara nilai 70-90 maka kinerja *supply chain* dikatakan dalam kategori *good* (baik) dan jika nilai yang diperoleh lebih dari 90 maka kinerja *supply chain* berada pada kategori *exellent*.