
Media Sosial dalam Manajemen Operasi dan Rantai Pasokan : Eksplorasi Masa Depan

Harries Madiistriyatno¹, Alwiyah²

¹Magister Manajemen, Universitas Persada Indonesia Y.A.I
Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta

²Fakultas Ekonomi, Universitas Wiraraja
Kabupaten Sumenep, Jawa Timur

harries.madi@gmail.com, alwiyah@wiraraja.ac.id

***Corresponding Author:** harries.madi@gmail.com

ABSTRAK

Penggunaan media sosial yang semakin meningkat menghasilkan pengumpulan data dalam jumlah besar. Bisnis semakin banyak memanfaatkan platform media sosial dan data yang disediakan oleh platform ini untuk pemasaran, kreasi bersama, dan interaksi dengan pelanggan. Namun, peran media sosial dalam konteks manajemen operasi dan rantai pasokan masih belum jelas. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melakukan tinjauan terhadap literatur yang ada tentang media sosial dalam konteks manajemen operasi dan rantai pasokan dan untuk menekankan aplikasi, metodologi, dan masa depan media sosial dalam manajemen operasi dan rantai pasokan. Untuk mengorganisir, menilai, dan mensintesis literatur yang ada, studi ini menggunakan pendekatan tinjauan literatur sistematis. Temuan ini menunjukkan bahwa potensi disruptif dari media sosial belum sepenuhnya diapresiasi oleh para praktisi dan akademisi manajemen operasi dan rantai pasokan, sehingga bidang integrasi media sosial - manajemen operasi dan rantai pasokan masih dalam tahap awal. Hasilnya, para praktisi mendapatkan wawasan sekaligus menggarisbawahi pentingnya menggabungkan media sosial untuk meningkatkan efektivitas manajemen operasi dan rantai pasokan.

Kata Kunci: Media Sosial, Manajemen Operasi, Manajemen Rantai

ABSTRACT

The increasing use of social media results in the collection of large amounts of data. Businesses are increasingly utilizing social media platforms and the data provided by these platforms for marketing, co-creation, and interaction with customers. However, the role of social media in the context of operations and supply chain management remains unclear. The purpose of this study is to conduct a review of the existing literature on social media in the context of operations and supply chain management and to emphasize the applications, methodologies, and future of social media in operations and supply chain management. To organize, assess, and synthesize the existing literature, this study used a systematic literature review approach. The findings show that the disruptive potential of social media has not been fully appreciated by operations and supply chain management practitioners and academics, thus the field of social media - operations and supply chain management integration is still in its infancy. The paper also highlights existing social media applications in operations and supply chain management, highlights the tools and methodologies used by researchers and suggests future research directions. As a result, practitioners gain insights while underscoring the importance of incorporating social media to improve the effectiveness of operations and supply chain management.

Keywords: Social Media, Operations Management, Chain Management



Madiistriyatno, H., & Alwiyah. (2023). Media Sosial dalam Manajemen Operasi dan Rantai Pasokan: Eksplorasi Masa Depan . Jurnal MENTARI: Manajemen, Pendidikan Dan Teknologi Informasi, 2(1), 31–42.

Retrieved from <https://journal.pandawan.id/mentari/article/view/372>

Notifikasi Penulis: 6 Juli 2023

Akhir Revisi: 24 Juli 2023

Terbit: 01 Agustus 2023

1. PENDAHULUAN

Makalah ini mempersembahkan temuan menarik dari tinjauan literatur komprehensif tentang penggunaan media sosial dalam manajemen operasi dan rantai pasokan. Di era digital, pengguna media sosial memproduksi materi, mengekspresikan preferensi, dan perilaku pembelian dipengaruhi oleh konten di media sosial [1]. Bisnis memanfaatkan platform media sosial dengan beragam cara, seperti melibatkan pelanggan dalam diskusi produk, pemasaran, inovasi, dan berbagi informasi. Platform mengutamakan manajemen kualitas dengan mendengarkan pelanggan melalui interaksi dan umpan balik cepat [2]. Namun, kejenuhan karyawan dan kerugian kompetitif perusahaan menjadi perhatian praktisi akibat berbagi pengetahuan tanpa batas di jejaring sosial eksternal. Penelitian lebih lanjut diperlukan untuk memahami peran media sosial dalam manajemen operasi dan rantai pasokan. Media sosial telah mengubah interaksi manusia dan perusahaan di semua tingkatan [3]. Perdebatan awal menghasilkan definisi yang berbeda-beda. McAfee mengatakan media sosial adalah "perangkat lunak dengan berbagai alat dan platform yang memungkinkan berbagi informasi, kolaborasi, dan jaringan" [4]. Kaplan dan Haenlein mendefinisikannya sebagai "aplikasi internet berbasis web 2.0 yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran konten oleh pengguna" [5]. Menurut Carlo Bertot dkk., media sosial adalah "alat online berpusat pada interaksi sosial" [6]. Gupta dan Brooks menyebutnya "semua perangkat dan platform global untuk berbagi informasi secara virtual" [7]. Terlepas dari perbedaan definisi, media sosial menyediakan platform untuk berbagi media, komunitas perdagangan, jaringan, blogging, dan situs kolaboratif. Media sosial juga berpindah ke ponsel dan memiliki berbagai kegunaan dalam manajemen operasi dan rantai pasokan, seperti pengembangan produk baru, penyampaian informasi distribusi dan evakuasi dalam bantuan bencana, peningkatan layanan, prediksi penjualan, dan penyebaran informasi lainnya [8].

Meningkatnya penggunaan media sosial telah menghasilkan data yang dibuat oleh pengguna. Untuk mengumpulkan informasi mengenai sikap, sentimen, sudut pandang, dan perilaku pelanggan, beberapa pendekatan analitis termasuk visualisasi, penggalian teks, analisis jaringan, analisis pola, dan analisis pengaruh digunakan [9]. Banyak perusahaan percaya bahwa hubungan dengan klien melalui media sosial sangat penting untuk memberikan solusi yang paling sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Dengan meningkatnya penggunaan media sosial, diperlukan penilaian yang komprehensif terhadap literatur terkini tentang persimpangan media sosial - manajemen operasi dan rantai pasokan [10]. Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk memenuhi kebutuhan ini. Sebagai hasilnya, tinjauan literatur sistematis dilakukan untuk memberikan pencerahan pada masalah tersebut.

Isu-isu penelitian berikut ini akan dibahas dalam penelitian ini.

1. P1 : Apa saja skenario dimana media sosial digunakan dalam manajemen operasi dan rantai pasokan?
2. P2 : Apa saja metode penelitian dan pendekatan analisis yang digunakan oleh para peneliti topik ini?

Penelitian ini bertujuan untuk memperkaya literatur dan memberikan saran bagi penelitian masa depan dalam integrasi media sosial dalam manajemen operasi dan rantai pasokan kepada akademisi. Selain itu, studi ini juga berfokus pada konsekuensi praktis bagi praktisi yang ingin memahami penggunaan media sosial dalam manajemen operasi dan rantai pasokan secara menyeluruh.

2. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan tinjauan literatur sistematis, pendekatan terorganisir, transparan, dan dapat direproduksi untuk menganalisis bukti yang ada, mengidentifikasi kesenjangan penelitian, dan mengarahkan penelitian di masa depan. Metode ini berasal dari penelitian medis dan telah digunakan dalam berbagai sektor penelitian lainnya. Tinjauan literatur sistematis memastikan ketelitian dan transparansi, berbeda dengan tinjauan literatur naratif dan evaluasi ahli lainnya. Kami mengikuti proses tiga tahap, yaitu perencanaan, pelaksanaan, dan pelaporan dalam tinjauan literatur sistematis ini.

2.1. Perencanaan Tinjauan

2.1.1. Menentukan pertanyaan penelitian

Perencanaan tinjauan dimulai dengan perumusan pertanyaan penelitian yang akan memandu penelitian. Literatur yang ada tentang pertemuan antara media sosial-manajemen operasi dan rantai pasokan dikumpulkan untuk mendapatkan wawasan tentang aplikasi, metodologi, dan pendekatan analisis [11].

2.1.2. Mengidentifikasi kriteria inklusi dan eksklusi

Untuk membuat prosedur pengumpulan data lebih tepat, kriteria inklusi (KI) dan kriteria eksklusi (KE) digunakan. Untuk memasukkan/mengecualikan artikel yang ada dari tinjauan, enam kriteria inklusi dan tiga kriteria eksklusi didefinisikan. Tabel 1 mencantumkan kriteria inklusi dan eksklusi yang digunakan dalam penelitian ini.

2.1.3. Menentukan Basis Data Digital

Dalam penelitian ini, kami menjelajahi berbagai sumber pengetahuan yang meliputi Scopus, Emerald, Springer, Sage, Wiley Online Library, JSTOR, Taylor & Francis, ScienceDirect, dan IEEE Xplore untuk mengumpulkan artikel-artikel yang kaya dan beragam. Scopus adalah basis data komprehensif yang banyak digunakan untuk mencari literatur, termasuk berbagai karya ilmiah berkualitas tinggi [12]. Basis data ini sering digunakan untuk publikasi tinjauan literatur sistematis di bidang manajemen operasi dan rantai pasokan. Selain itu, kami juga memanfaatkan harta karun pengetahuan yang tak kalah penting, termasuk Emerald, ScienceDirect, Wiley Online Library, Springer, Sage, IEEE Xplore, Taylor Francis, dan JSTOR. Tujuan penggunaan basis data ini adalah untuk mencari dan mengumpulkan makalah dengan teliti, serta menyertakan artikel penelitian yang relevan dan lengkap.

Tabel 2.1.2 Kriteria Inklusi dan Kriteria Eksklusi

Kriteria Inklusi (KI)	KI1: Kata kunci yang digunakan: "media sosial" DAN ("rantai pasokan" ATAU "logistik" ATAU "pengadaan" ATAU "operasi" ATAU "inventaris" ATAU "manufaktur") IK2: Artikel penelitian yang diterbitkan dari 2011 hingga Oktober 2020
-----------------------	---

	IK3: Artikel yang ditulis dalam bahasa Inggris IK4: Studi berbasis teks lengkap; kata kunci yang digunakan ada di judul/abstrak/kata kunci penulis IK5: Diterbitkan dalam jurnal yang ditinjau sejawat IK6: Artikel penelitian, artikel tinjauan, prosiding konferensi, dan artikel dalam pers
Kriteria Eksklusi (KE)	KE1: Studi duplikat/atau studi dengan pengenalan digital yang sama KE2: Jenis studi yaitu editorial, artikel yang tidak dipublikasikan, bab buku, survei singkat dan catatan tidak termasuk dalam tinjauan KE3: Mengecualikan studi berdasarkan pertanyaan evaluasi kualitas (dibahas dalam tahap penilaian protokol tinjauan)

2.1.4. Mengembangkan protokol tinjauan

Metodologi tinjauan ini menggunakan pendekatan pencarian untuk menemukan makalah yang relevan berdasarkan kriteria inklusi dan eksklusi. Penelitian pertama dilakukan di berbagai basis data seperti Scopus, Emerald, Science Direct, Wiley Online Library, Springer, Sage, IEEE Xplore, Taylor Francis, dan JSTOR. Selanjutnya, dilakukan citation chaining untuk menemukan makalah yang sesuai dengan tujuan penelitian tetapi tidak ditemukan dalam basis data tersebut. Untuk memastikan semua publikasi yang relevan dimasukkan, juga dilakukan forward dan backward chaining.

2.1.5. Mengevaluasi protokol tinjauan

Evaluasi kualitas penelitian yang dipilih penting untuk memastikan kesimpulan yang dapat diterima dan tidak bias. Untuk tujuan tersebut, pertanyaan-pertanyaan evaluasi kualitas (EK) diidentifikasi. Dalam penelitian ini, ada lima pertanyaan KE yang dirumuskan untuk memperluas cakupan penelitian. Pertanyaan-pertanyaan tersebut adalah:

1. EK1: Apakah makalah yang sedang dipertimbangkan untuk ditinjau menentukan jenis teknik analisis yang digunakan.
2. EK2: Apakah evaluasi terhadap hambatan dan penghargaan dalam karya tulis tersebut bersifat eksplisit?
3. EK3: Apakah kesimpulan makalah dapat dipertanggungjawabkan?
4. EK4: Apakah makalah tersebut diterbitkan di sumber yang memiliki reputasi baik?
5. EK5: Apakah metode yang diusulkan dalam makalah dibandingkan dengan metode lain?

2.2. Pelaksanan Tinjauan

2.2.1. Mengidentifikasi Sintaks Pencarian

Tabel 2 memperlihatkan sintaks pencarian yang digunakan di berbagai basis data. Operator Boolean "AND" dan "OR" digunakan saat melihat basis data. "AND" memastikan kedua kata kunci muncul dalam frasa pencarian, sementara "OR" memastikan setidaknya satu kata kunci muncul dalam hasil pencarian. Pencarian di Scopus menggunakan sintaks "TITLE-ABS-KEY" untuk mencari kata kunci dalam judul, abstrak, dan pengarang makalah. Batasan bahasa Inggris diterapkan dengan LIMITTO (LANGUAGE, "English"). Di Science Direct, kata kunci dicari dalam judul, abstrak, dan kata kunci, dengan hasil yang dibatasi pada "artikel penelitian". JSTOR memeriksa semua bidang dengan batasan pada bahasa Inggris. Pencarian dilakukan di semua bidang di pangkalan data lainnya. Tabel 2 memperlihatkan sintaks pencarian untuk setiap basis data. Kata kunci yang sering digunakan dalam tinjauan manajemen operasi dan rantai pasokan adalah pengadaan, logistik, manufaktur, inventaris, transportasi, dan manajemen operasi.

2.2.2. Metasintesis dan Pemantauan Data

Teknik metasintesis menggunakan pencarian linear, perantai kutipan, dan kriteria inklusi dan eksklusi untuk memahami artikel yang akan ditinjau [13]. Pencarian linear menghasilkan 10.123 hasil dari berbagai basis data. Dilanjutkan dengan proses penyaringan berdasarkan kriteria inklusi dan eksklusi. Kemudian dilakukan citation chaining dan penyaringan sekali lagi. Proses ini iteratif, setiap artikel

dievaluasi berdasarkan kriteria tersebut, dan iterasi berakhir dengan 51 artikel yang akan dipertimbangkan untuk ditinjau.

Tabel 2.2.2 Mengidentifikasi sintaks pencarian

Basis Data Digital	Sintaks Pencarian
Scopus	JUDUL-ABS-KEY (("media sosial" AND ("rantai pasokan" ATAU "logistik" ATAU "pengadaan" ATAU "operasi" ATAU "inventaris" ATAU "manufaktur")) AND (LIMIT-TO (DOCTYPE, "ar") OR LIMIT-TO (DOCTYPE, "cp") OR LIMIT-TO (DOCTYPE, "re")) AND (LIMIT-TO (BAHASA, "Bahasa Inggris"))
Science Direct	Judul, abstrak, kata kunci: "media sosial" DAN ("rantai pasokan" ATAU "logistik" ATAU "pengadaan" ATAU "operasi" ATAU "inventaris" ATAU "manufaktur") Batasi hingga: Artikel penelitian
JSTOR	"media sosial" DAN ("rantai pasokan" ATAU "logistik" ATAU "pengadaan" ATAU "operasi" ATAU "inventaris" ATAU "manufaktur") Batasi hingga: Artikel Batasi hingga: Bahasa - Bahasa Inggris
Emerald, Taylor Francis, Springer link, Wiley Online Library, Sage	"media sosial" AND ("rantai pasokan" ATAU "logistik" ATAU "pengadaan" ATAU "operasi" ATAU "persediaan" ATAU "manufaktur")

2.3. Pelaporan Tinjauan

2.3.1. Organisasi Data untuk Menyebarluaskan Temuan

Prosedur pencarian yang komprehensif dan kriteria inklusi dan eksklusi yang ketat, termasuk pemeriksaan artikel secara langsung untuk menghilangkan duplikasi dan menghindari pengulangan, menghasilkan lima puluh satu publikasi penelitian yang sesuai dengan tujuan penelitian. Kelima puluh satu artikel yang dipertimbangkan untuk ditinjau ini diorganisi, divisualisasikan, diklasifikasikan, dan dianalisis untuk menyebarluaskan temuan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

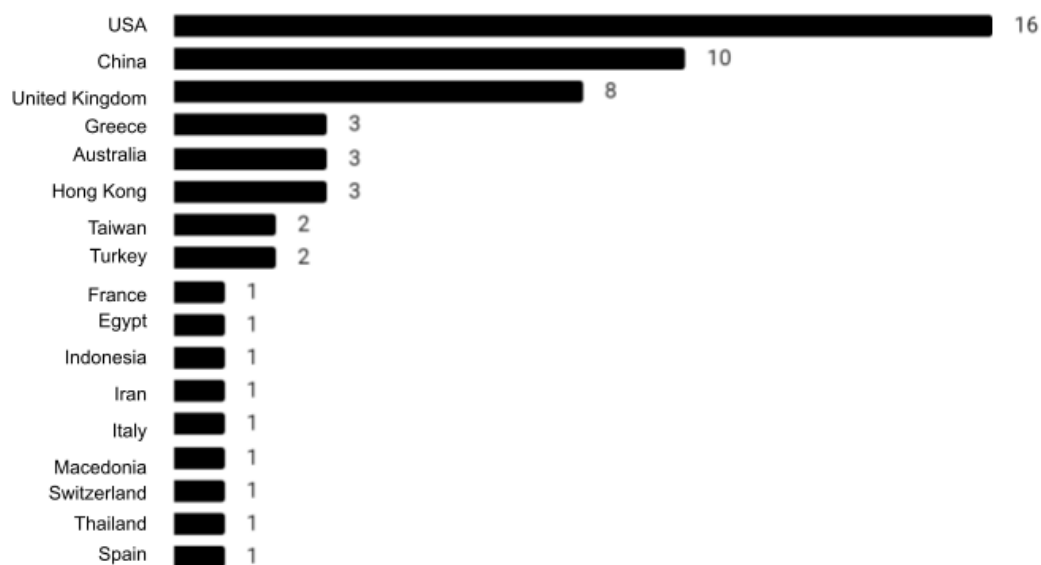
3.1. Jumlah Publikasi Berdasarkan Tahun



Gambar 1. Distribusi studi yang dipilih berdasarkan tahun

Seperti yang diilustrasikan pada Gambar 1, literatur tentang integrasi media sosial-manajemen operasi dan rantai pasokan masih relatif baru. Pada awalnya, hanya sedikit artikel yang diterbitkan pada tahun 2011 dan 2012. Namun, jumlah artikel penelitian mulai meningkat sejak tahun 2013. Terdapat tren peningkatan jumlah artikel yang mencerminkan peningkatan adopsi sosial media oleh perusahaan dalam meningkatkan kinerja operasi dan rantai pasokan. Awalnya, fokus literatur lebih pada aplikasi informasi media sosial dalam manajemen operasi dan rantai pasokan. Namun, dalam beberapa tahun terakhir, penelitian lebih difokuskan pada penggunaan dan implikasi media sosial dalam pengambilan keputusan di berbagai industri.

3.2 Makalah yang Diterbitkan oleh Negara



Gambar 2. Distribusi studi yang dipilih berdasarkan negara

AS merupakan negara dengan jumlah makalah paling banyak tentang integrasi media sosial-manajemen operasi dan rantai pasokan (Gambar 2). Hal ini mungkin karena AS merupakan pemimpin dalam investasi Industri 4.0, yang fokus pada penggunaan internet of things dan sistem cyber-physical di industri. Ini mendorong penggunaan data yang dihasilkan oleh pengguna dan memungkinkan peneliti dan praktisi untuk mempelajari dan menerapkan media sosial guna meningkatkan produktivitas dan kinerja bisnis. AS menyumbang 30% dari semua makalah yang diterbitkan, diikuti oleh Tiongkok dengan sembilan makalah dan Inggris dengan enam makalah penelitian di bidang persimpangan ini.

Australia, Yunani, Hong Kong, Taiwan, dan Turki masing-masing memiliki dua makalah (Gambar 2), dan delapan negara ini berkontribusi 78% dari semua artikel yang diterbitkan dalam topik ini. Negara-negara lain dalam Gambar 2 hanya memiliki satu artikel. Partisipasi yang terbatas ini mungkin karena keterbatasan sumber daya, terutama akses dan ketersediaan data. Penelitian tentang penggunaan operasional sosial media dalam manajemen operasi dan rantai pasokan memerlukan data perusahaan dan data sosial media dari platform yang sulit dikumpulkan oleh para peneliti.

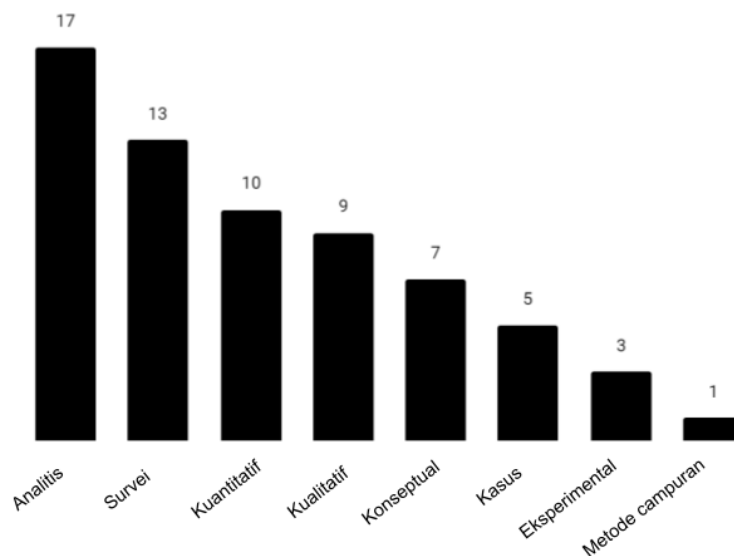
3.3 Makalah yang Diterbitkan oleh Jurnal/Konferensi

Data jumlah artikel yang dipublikasikan, hingga Oktober 2020, oleh jurnal/konferensi ditunjukkan pada Tabel 3. Kami menemukan bahwa jumlah makalah penelitian yang dipublikasikan di jurnal-jurnal manajemen operasi dan rantai pasokan terkemuka lebih sedikit; hal ini menunjukkan bahwa topik ini masih dalam tahap awal. Alasannya mungkin karena ketidaktahuan para peneliti manajemen operasi dan rantai pasokan tentang area penerapan sosial media dalam konteks manajemen operasi dan rantai pasokan.

Tabel 3. Artikel yang diterbitkan oleh jurnal

Jurnal/Konferensi	Artikel
Manajemen Produksi dan Operasi	5
Jurnal Internasional Manajemen Operasi dan Produksi	10
Annals of Operations Research	3
Jurnal Manajemen Operasi	2
Jurnal Produksi Bersih	3
Jurnal Internasional Ekonomi Produksi	2
Jurnal Pemasaran Bisnis dan Industri	1
Makanan	1
Sistem Pendukung Keputusan	1
Prosiding ASBBS dari Konferensi Tahunan ke-26	1
Cornell Hospitality Quarterly	1
Jurnal Ekonomi Amfiteatru	1
Jurnal Internasional Komunikasi, Jaringan dan Ilmu sistem`	1
Transaksi WIT untuk Informasi dan Komunikasi Teknologi	1

3.4 Metode Penelitian yang Digunakan



Gambar 3. Teknik-teknik penelitian studi yang dipilih

Gambar 3 menunjukkan berbagai metodologi penelitian dalam makalah yang dipilih untuk tinjauan ini. Metode analitis dan survei paling populer, masing-masing dengan 17 dan 13 makalah. Sekitar 47% artikel yang ditinjau menggunakan metode analitis atau survei, terutama setelah tahun 2014. Teknik seperti analisis tematik, analisis sentimen, pengelompokan, dan analisis regresi umum digunakan dalam analisis metode analitis.

Metode survei menggunakan pemodelan persamaan struktural untuk memeriksa dampak sosial media pada manajemen operasi dan rantai pasokan [14]. Metode kuantitatif digunakan dalam 10 studi, terutama dalam pengambilan keputusan multi-kriteria dan pemodelan optimasi. Ada juga 9 studi kualitatif yang menyelidiki penggunaan sosial media dalam berbagai aspek manajemen operasi dan rantai pasokan. Beberapa artikel bersifat konseptual, baik yang diterbitkan sebelum tahun 2014 maupun setelahnya, dengan fokus pada penggunaan sosial media di manajemen operasi dan rantai pasokan. Terdapat juga studi kasus yang mengungkap faktor pendukung dan tantangan dalam adopsi sosial media, serta faktor yang mempengaruhi efektivitas organisasi. Beberapa penelitian menggunakan desain eksperimental, sedangkan penelitian lain menggunakan metode campuran. Namun, karena keterbatasan literatur, masih diperlukan penelitian yang melaporkan jenis platform sosial media yang digunakan dan penerapannya dalam lingkungan manajemen operasi dan rantai pasokan.

3.5 Area Aplikasi Media Sosial

3.5.1 Integrasi dan Pembangunan Hubungan

Media sosial membantu perusahaan terhubung dengan pemasok dan pelanggan mereka. Penggunaan media sosial dalam konteks bisnis-ke-bisnis (B2B) semakin meningkat. Sekitar 93% pemasar B2B menggunakan platform media sosial untuk berinteraksi, dan pada tahun 2010, perusahaan-perusahaan Fortune 100 memiliki rata-rata 20 akun media sosial [15]. Penelitian menunjukkan bahwa konten dan media yang diproduksi oleh bisnis memiliki dampak besar terhadap perusahaan logistik pihak ketiga, karena informasi industri yang dibagikan melalui media sosial memberikan mereka akses ke informasi terbaru. Selain itu, ketika perusahaan merayakan prestasi mereka di media sosial dan menerima respons positif, penyedia logistik pihak ketiga merasa dihormati dan penting.

Adopsi media sosial meningkatkan loyalitas pelanggan-pengecer, kinerja pengecer, dan kinerja merek menurut Rapp [16]. Platform media sosial, yang berbeda dari situs web tradisional, mendorong integrasi pemangku kepentingan melalui keterbukaan dan niat baik. Halaman penggemar Facebook, sebagai contoh, memungkinkan evaluasi afektif dengan memberikan informasi yang memicu respon emosional. Media sosial juga mendorong fitur interpersonal seperti interaksi dari mulut ke mulut dan dari rekan ke rekan. Pemangku kepentingan juga meningkatkan kebahagiaan konsumen melalui partisipasi dan integrasi pada platform media sosial. Tindakan pemasok di media sosial, seperti mempublikasikan pesan, foto, audio, dan video, membantu dalam membangun promosi dari mulut ke mulut yang positif, menjangkau target pembeli, dan memperkuat hubungan antara pemasok dan pembeli menurut Tóth [17].

3.5.2 Berbagi informasi dan pengetahuan

Menurut para peneliti manajemen operasi dan rantai pasokan, aliran informasi dan pengetahuan adalah dasar dari rantai pasokan yang efektif dan efisien. Integrasi media sosial dalam manajemen operasi dan rantai pasokan memungkinkan interaksi dua arah dengan pemangku kepentingan. Media sosial memfasilitasi berbagi informasi pada tiga tingkatan: 1) pertukaran informasi antara pengirim dan penerima, meningkatkan kinerja karyawan individu. 2) Integrasi fungsi rantai pasokan untuk berbagi pengetahuan. 3) Membangun jaringan yang berharga antara perusahaan untuk meningkatkan efisiensi rantai pasokan. Media sosial meningkatkan visibilitas komunikasi dan memungkinkan pertukaran informasi terbuka dan transparan.

Integrasi media sosial dalam manajemen operasi dan rantai pasokan memiliki manfaat seperti ketersediaan informasi yang melimpah, peningkatan visibilitas komunikasi, aliran informasi dan pengetahuan yang beragam, serta kedalaman informasi melalui pandangan yang berbeda. Namun, terdapat beberapa potensi kerugian yang perlu diperhatikan. Gangguan karyawan dan risiko kebocoran informasi sensitif menjadi perhatian utama. Penggunaan media sosial di luar jam kerja dan kelelahan emosional juga dapat mengganggu kinerja dan niat kerja dalam rantai pasokan. Evaluasi terhadap aspek negatif dari adopsi media sosial menjadi penting saat mengintegrasikannya dengan manajemen operasi dan rantai pasokan.

3.5.3 Efisiensi operasional

Efisiensi operasional, yang melibatkan maksimalisasi keuntungan, pengurangan biaya, dan pengurangan limbah, berperan penting dalam membangun keunggulan kompetitif dan mempertahankan bisnis. Teknologi informasi, termasuk media sosial, telah terbukti membantu mencapai efisiensi operasional ini dan meningkatkan kinerja bisnis. Media sosial memfasilitasi berbagi pengetahuan, meningkatkan koordinasi, dan memperkuat orientasi pelanggan untuk mencapai inovasi dan efisiensi operasional yang lebih baik. Integrasi sifat dinamis dan kemampuan sosial dengan media sosial juga dapat meningkatkan daya saing dan kinerja perusahaan. Penggunaan media sosial dalam manajemen operasi dan rantai pasokan memungkinkan pemindaian pasar pelanggan, pemahaman terhadap sikap dan permintaan pelanggan, serta respons yang lebih efisien terhadap kebutuhan klien.

Orji dkk. mengidentifikasi kriteria penting yang mendorong penggunaan media sosial dalam logistik dan manajemen rantai pasokan, seperti kebahagiaan klien, keamanan dan privasi yang memadai, harga, dan tekanan persaingan [18]. Penggunaan media sosial dalam layanan pelanggan juga dapat meningkatkan reputasi perusahaan dan kinerjanya. Guo menurut. menyoroti bahwa konsumen semakin menggunakan media sosial untuk memberikan umpan balik dan keluhan terkait produk [19]. Perusahaan yang aktif dalam media sosial dapat merespons dengan lebih efektif. Selain itu, Banerjee dkk. menyebutkan bahwa platform media sosial dapat digunakan untuk memilih pemasok dengan

memanfaatkan sinyal sertifikasi dan umpan balik pengguna [20]. Ini membantu mengurangi asimetri informasi dan meningkatkan kinerja pasar perusahaan.

3.5.4 Peramalan dan pengembangan produk baru

Peramalan penjualan menjadi topik penting dalam manajemen operasi dan rantai pasokan untuk mendukung pengambilan keputusan bisnis. Peramalan yang akurat membantu mengelola inventaris, memprediksi pendapatan, dan memproyeksikan pertumbuhan. Artikel penelitian dalam bidang ini menggunakan data operasional, faktor akuntansi, dan data pasar untuk melakukan prediksi. Namun, penggunaan data dari media sosial untuk peramalan masih jarang dilakukan. Sebagai contoh, penelitian oleh Cui dkk. menggabungkan data media sosial dan teknik pembelajaran mesin untuk memprediksi penjualan [21]. Hasil penelitian ini mengkonfirmasi bahwa media sosial dapat meningkatkan akurasi peramalan penjualan. Namun, tantangan utama adalah memilah data yang tidak terstruktur di media sosial dan menentukan faktor yang paling berpengaruh dalam prediksi.

Cheng dkk. meneliti 367 perusahaan dari 7 industri manufaktur tentang keterlibatan pemasok [22]. Mereka temukan media sosial, pemrosesan pengetahuan teknologi dan pasar, meningkatkan partisipasi pemasok dalam NPD. Forum perusahaan memungkinkan pemangku kepentingan dari latar belakang berbeda bertukar ide. Chan dkk. gunakan media sosial untuk ungkap atribut disukai pelanggan produk baru [23]. Penulis kumpulkan komentar pengguna dari Facebook dan analisis teks untuk prioritaskan fitur produk yang perlu oleh konsumen. Giannakis dkk. teliti sentimen pelanggan di berbagai tingkat NPD dengan data dari Twitter [24]. Temuan mereka tunjukkan sentimen pelanggan bantu temukan manfaat dan kerugian produk baru. Tujuan ekstraksi informasi atribut produk dan perasaan pelanggan [25]. Perusahaan butuh penelitian lebih lanjut dengan metodologi beragam.

4. KESIMPULAN

Literatur yang ada tentang persimpangan media sosial-manajemen operasi dan rantai pasokan ditinjau dalam penelitian ini. Pendekatan tinjauan literatur sistematis digunakan untuk mengungkap penerapan media sosial dalam konteks manajemen operasi dan rantai pasokan dan untuk menggambarkan manfaatnya bagi bidang manajemen operasi dan rantai pasokan.

Temuan menunjukkan bahwa organisasi dapat mendapatkan manfaat signifikan dari penggunaan data pada media sosial. Namun, analisis ini memiliki beberapa kekurangan. Pencarian artikel terbatas pada kata kunci yang dipilih oleh penulis secara kolaboratif. Relevansi kata kunci lain terhadap topik tidak pasti. Selain itu, hanya penelitian yang diyakini oleh penulis yang dipertimbangkan dalam tinjauan ini. Meskipun begitu, daftar ini mencakup sebagian besar jurnal terkemuka di bidangnya.

Untuk mengorganisir, menilai, dan mensintesis literatur yang ada, studi ini menggunakan pendekatan tinjauan literatur sistematis. Temuan ini menunjukkan bahwa potensi disruptif dari media sosial belum sepenuhnya diapresiasi oleh para praktisi dan akademisi manajemen operasi dan rantai pasokan, sehingga bidang integrasi media sosial - manajemen operasi dan rantai pasokan masih dalam tahap awal.

SARAN

Penelitian di masa depan dapat berfokus untuk memahami kebutuhan pelanggan, menggunakan metode campuran untuk melihat perbedaan antara pendapat para ahli dengan hasil yang diperoleh, mempelajari penyelesaian masalah melalui media sosial dan umpan balik terhadap kepuasan pelanggan, mengembangkan metode baru dan algoritma baru untuk mempermudah ekstraksi dan

analisis data, dan mempertimbangkan efek dukungan sosial media terhadap manajemen operasi dan rantai pasokan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Dengan penuh rasa terima kasih, saya ingin mengucapkan terima kasih atas kesempatan untuk menerbitkan artikel saya di jurnal ini. Saya sangat menghargai Universitas Persada Indonesia Y.A.I dan Universitas Wiraraja serta kerja keras tim reviewer, editorial dan waktu yang mereka berikan kepada saya untuk memoles dan memperbaiki artikel saya. Saya berharap artikel ini dapat memberikan kontribusi yang relevan dengan pertumbuhan pengetahuan dan manfaat bagi pembaca jurnal. Terima kasih banyak atas dukungan dan hadiah yang telah dikirimkan

DAFTAR PUSTAKA

- [1] G. Ghozali, "JARINGAN INTERNET DAN SOSIAL MEDIA DALAM RANTAI PASOKAN DAN LOGISTIK: PERKEMBANGAN DAN TOPIK YANG MUNCUL," *Media Mahardhika*, vol. 18, no. 3, pp. 500–520, 2020.
- [2] K. Katili, P. Kindangen, and M. M. Karuntu, "Analisis Manajemen Rantai Pasok Ikan Roa Di Desa Kumu Kecamatan Tombariri," *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, vol. 8, no. 3, 2020.
- [3] E. T. Wibowo, "Pembangunan Ekonomi Pertanian Digital Dalam Mendukung Ketahanan Pangan (Studi di Kabupaten Sleman: Dinas Pertanian, Pangan, dan Perikanan, Daerah Istimewa Yogyakarta)," *Jurnal Ketahanan Nasional*, vol. 26, no. 2, pp. 204–228, 2020.
- [4] A. Mulyana and B. Parikesit, "Manajemen Rantai Pasok: Implementasi dan Efektivitas Media Sosial Dalam Pengelolaan Bisnis Radio (Studi pada Radio 89.6 FM IRadio Jakarta)," *MIX: Jurnal Ilmiah Manajemen*, vol. 9, no. 3, p. 293239, 2019.
- [5] A. T. Pada, "Strategi bertahan usaha mikro pada fase awal pandemi covid-19: studi kualitatif pada pelaku usaha kuliner," *Insight Management Journal*, vol. 3, no. 2, pp. 56–62, 2023.
- [6] F. G. Y. Soumokil, A. L. Tumbel, and I. D. Palandeng, "Analisis Manajemen Rantai Pasok Ikan Mas Di Desa Tatelu Kecamatan Dimembe Kabupaten Minahasa Utara," *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, vol. 8, no. 1, 2020.
- [7] K. N. Yekty and G. T. Solovida, "Pengaruh Strategi Kewirausahaan dan Modal Sosial Terhadap Kinerja Keuangan serta Non-Keuangan Melalui Manajemen Rantai Pasokan Berkelanjutan," *Jurnal Ilmiah Wahana Akuntansi*, vol. 16, no. 1, pp. 52–73, 2021.
- [8] K. N. Lestari, "Analisis Hubungan Interorganisasi Ekosistem Bisnis Untuk Mendukung Proses Transformasi Digital Di Ukm," 2022.
- [9] R. Salam and A. Kho, "Pengaruh Manajemen Pemasaran Virtual Terhadap Produk UMKM," *Jurnal MENTARI: Manajemen, Pendidikan dan Teknologi Informasi*, vol. 1, no. 2, pp. 198–207, 2023.
- [10] A. PUTRI, "Analisis Manajemen Operasional Hubungan Pemasaran Pelanggan Di PT Gudang Garam Tbk," *Jurnal Minfo Polgan*, vol. 12, no. 2, pp. 784–796, 2023.
- [11] A. Chan and S. J. Raharja, "EKSPLORASI PENELITIAN DIGITAL MARKETING PADA KOPERASI: SUATU STUDI PEMETAAN SISTEMATIS," *AdBispreneur: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Administrasi Bisnis dan Kewirausahaan*, vol. 7, no. 3, pp. 319–336, 2023.
- [12] D. Zarasky and N. Septiani, "Analisis Faktor Kepuasan dan Minat Penggunaan E-Money Flazz BCA di Kota Tangerang," *Jurnal MENTARI: Manajemen, Pendidikan dan Teknologi Informasi*, vol. 1, no. 1, pp. 89–99, 2022.
- [13] E. Radiansyah, "Peran Digitalisasi Terhadap Kewirausahaan Digital: Tinjauan Literatur Dan Arah Penelitian Masa Depan," *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, vol. 9, no. 2, pp. 828–837, 2022.
- [14] R. Reynold, C. Rahardja, and A. Setyawan, "Faktor-Faktor Mempengaruhi Behavioral Intention Pada Penggunaan Mobile Payment Dana Di Surabaya," 2022.
- [15] O. A. Putri and S. Hariyanti, "Review Artikel: Transformasi Digital Dalam Bisnis Dan

- Manajemen,” *Proceedings of Islamic Economics, Business, and Philanthropy*, vol. 1, no. 1, pp. 135–166, 2022.
- [16] F. Yuswantoro, N. Oktaria, and H. Mujoko, “Peran Implementasi E-Procurement dan Inovasi Supply Chain Terhadap Kinerja Supply Chain Industri Pertahanan Pada Era Digital,” *Journal of Industrial Engineering & Management Research*, vol. 3, no. 6, pp. 7–16, 2022.
- [17] M. M. M. Zuana and S. Sopiah, “Manajemen Pengetahuan dan Transformasi Digital di Era Industri 4.0,” *Jurnal Ilmiah Edunomika*, vol. 6, no. 2, p. 460805, 2022.
- [18] A. P. N. Sari and F. S. Goestjahjanti, “Pengaruh CR dan NPM Terhadap ROE pada PT Mustika Ratu Tbk,” *Jurnal MENTARI: Manajemen, Pendidikan dan Teknologi Informasi*, vol. 1, no. 2, pp. 111–122, 2023.
- [19] W. O. Manurung, T. Annisah, I. Syafrina, N. Pramita, and C. Tan, “Implementasi Strategi Digital Marketing dan Manajemen Operasional pada UMKM 2Nailhouse Kota Batam,” *Jurnal Mirai Management*, vol. 8, no. 1, pp. 327–333, 2023.
- [20] R. Kansil, O. Porajouw, and R. Kaunang, “ANALISIS RANTAI PASOK KOMODITI CABAI RAWIT DI PASAR BERSEHATI KOTA MANADO DI MASA PANDEMI COVID-19
ANALYSIS OF THE SUPPLY CHAIN OF CABAI RAWIT COMMODITY IN THE BERSEHATI MARKET OF MANADO CITY IN THE PANDEMIC COVID-19”.
- [21] E. Tandelilin and S. Munajah, “Aplikasi Knowledge Hiding, Hoarding, Collection Dan Donation: Studi Kasus Pada UMKM Di Surabaya,” 2022.
- [22] C. L. Lay, I. Gunawan, F. Abednego, and S. Natasha, “Pengaruh Cause Related Marketing Terhadap Trust In Cause Related Marketing Dan Brand Loyalty,” *Jurnal E-Bis*, vol. 5, no. 2, pp. 409–424, 2021.
- [23] H. Akbar and A. Syamil, “Peningkatan Kinerja Operations Pada Perusahaan E-Commerce Enabler Indonesia PT XYZ,” *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan)*, vol. 5, no. 3, 2021.
- [24] B. Irawan, “Adopsi platform digital dalam pengembangan kapasitas usaha mikro, kecil dan menengah di daerah khusus ibukota Jakarta,” *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, vol. 4, no. 7, pp. 3246–3252, 2022.
- [25] M. Sinuraya and M. M. A. P. Darmawan, “Sistematic Mapping Study Terhadap Peran Usaha Informal Sebagai Antisipasi Krisis Ekonomi di Era Covid 19”.