

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi, dimana persaingan bisnis di Indonesia pada saat ini, bisa di katakan bahwa perubahan yang terjadi sangat pesat. Perekonomian selalu mengalami perubahan dan peningkatan diikuti dengan banyaknya bisnis yang terus tumbuh mengikuti perkembangan zaman disebabkan oleh beberapa faktor. Salah satunya kemajuan teknologi yang sangat pesat. Dengan semakin meningkatnya jumlah pesaing bisnis asing dan dalam negeri yang mengembangkan produk yang beraneka ragam dan berkualitas, perusahaan diharapkan untuk jeli dan cermat dalam menanggapi permintaan konsumen yang menginginkan kualitas sangat baik dengan harga rendah. Perusahaan dituntut untuk memaksimalkan kinerja baik dari segi eksternal dan internalnya, agar tetap bersaing di pasaran. Maka dari itu perusahaan harus dapat beradaptasi dalam segala keadaan yang semakin modern dan bergerak mengikuti segala perubahan yang ada. Untuk menghadapi hal tersebut maka dari itu perusahaan membutuhkan strategi keunggulan bersaing atau keunggulan kompetitif untuk dapat bertahan dan bersaing di pasar.

Keunggulan bersaing membantu perusahaan dalam rangka untuk mempertahankan pangsa pasar yang semakin ketat persaingannya, sehingga meminimalisir biaya sangatlah penting disini untuk di jadikan ujung tombak sebagai inovasi dalam persaingan pasar yang sangat ketat. Menurut porter (1993),

keunggulan bersaing (*competitive advantage*) yaitu pada dasarnya perkembangan nilai yang mampu diciptakan oleh perusahaan kepada pembelinya, yang melebihi biaya perusahaan dalam menciptakannya. Dimana karakteristik fungsi atau manfaat nilai produk lebih unggul atau harga yang di tawarkan lebih rendah dari harga yang diterapkan pesaing. Hal ini lebih mengarah pada bagaimana perusahaan dapat menciptakan barang yang memiliki nilai lebih melalui tingkat kualitas produk dan harga yang dapat memenuhi permintaan dan selera konsumen, dimana perusahaan harus mampu mempertahankan keunggulannya terhadap pesaingnya yang terus meningkat.

Menurut Philip Kotler dan Gary Amstrong (2003), keunggulan bersaing merupakan keunggulan terhadap pesaing yang didapat dari menawarkan suatu nilai yang lebih rendah atau dengan memberikan manfaat yang lebih besar karena harganya lebih tinggi. Agar keunggulan kompetitif atau keunggulan bersaing dapat berjalan maksimal dan berkelanjutan, perusahaan harus melakukan penilaian pada visi dan misi perusahaan yang telah dicapai. Keunggulan kompetitif atau keunggulan bersaing didapat perusahaan dari kalitas pelayanan, kualitas produk dan harga yang sesuai dengan permintaan dan selera konsumen dimana perusahaan mampu bertahan selalu unggul dengan pesaingnya.

Tingginya tingkat persaingan dalam dalam segala bidang industri mengakibatkan banyak terjadinya perubahan-perubahan, diantaranya kenaikan tingkat persaingan industri, kenaikan harga bahan baku dan menurunnya ekspor keluar negeri akibatnya pangsa pasar menurun. Persaingan menjadi suatu kondisi yang perlu di perhatikan oleh setiap perusahaan, maka dari itu setiap perusahaan,

harus memiliki strategi yang dapat di jadikan sebagai ujung tombak dalam menghadapi persaingan dan memenangkan persaingan di suatu lingkungan bisnis. Selain organisasi memiliki keunggulan kompetitif yang bertujuan untuk memenangkan persaingan, organisasi juga menggunakan keunggulan kompetitif sebagai cara untuk mencapai tujuan kinerja organisasi yang diharapkan (Regina dan Devie, 2013).

Kinerja perusahaan atau organisasi harus terus ditingkatkan agar dapat bertahan dan mampu bersaing. kinerja organisasi (*organizational performance*) merupakan hasil sesungguhnya atau output yang dihasilkan organisasi kemudian diukur dan dibandingkan dengan hasil output yang dihasilkan (Jahanshasi, et al,2012). Kinerja perusahaan merupakan tingkat pencapaian perusahaan merupakan aktivitas dalam memaksimalkan dan mengoptimalkan tanggung jawab yang dapat dinilai dengan membandingkan target dan pencapaian perusahaan dengan perusahaan yang sama dalam satu industri bisnis (Regina dan Devie, 2013). Dalam upaya memperoleh keunggulan bersaing dan kinerja perusahaan yang baik dapat didukung dengan *Supply Chain Management*.

Saat ini manajemen rantai pasokan telah berkembang menjadi rantai nilai yang di gerakan dan diiringi dengan kebutuhan konsumen. Selain mengejar peningkatan efisien, karena pentingnya kebutuhan konsumen dan mengetahui seluk-beluk nilai konsumen dijadikan sebagai sumber diferensiasi dan dijadikan sebagai daya saing rantai suplai (Godsell dan Harrison, 2002; Charistopher, 2005; Womack dan Jones, 2005). Dalam kondisi seperti ini, tidak produk saja, tetapi juga semua rantai kegiatan bisnis mulai dari bahan mentah sampai dengan titik

akhir konsumen harus di kelolah dengan efektif dan secara berkelanjutan agar memberikan nilai tambah bagi konsumen akhir.

Menurut William J. Stevenson, (2014) *Supply Chain Management* adalah koordinasi dalam sebuah organisasi terhadap fungsi-fingsi bisnis strategis dan didalm rantai pemasokan bertujuan untuk mengitegrasikan manajemen rantai pasokan dan permintaan. *Supply Chain Management* merupakan sutau pendekatan yang digunakan untuk mencapai efisiensi pengintegrasian supplier atau pemasok, manufaktur, gudang penyimpanan barang, sehingga barang yang diproduksi dan didistribusikan dalam jumlah yang tepat, waktu yang tepat, lokasi yang teapat untuk meminimalisir biaya yang di dikeluarkan dan mencapai layanan yang dibutuhkan hingga konsumen akhir (Simchi Levi, 2003). Salin itu *Supply Chain Management* menggambarkan koordinasi dari seluruh kegiatan rantai pasokan, dimulai dari bahan baku dan diakhiri dengan pelanggan yang puas. Dengan demikian, sebuah rantai pasokan yang mencakup pemasok (perusahkan manufaktur atau penyedia jasa, dan perusahaan distributor, grosir atau pengecer yang mengantarkan jasa atau produk kekonsumen akhir. Tujuan *Supply Chain Management* yaitu, untuk mengoordinasi kegiatan dalam rantai pasokan untuk memaksimalkan kenggulan kompetitif dan manfaat dari rantai pasokan bagi konsumen akhir (Hwizer dan Render, 2015). Dengan manajemen rantai pasokan, sebuah perusahaan akan mampu membangun keunggulan bersaing di lingkungan bisnis dalam jangaka panjang.

Heizer & Render (2005) rantai pasokan mencakup aktivitas dalam menentkan transportasi vendor, sistem pembayaran yang digunakan, bank dan

distributor, pemasok, utang dan piutang usaha, pergudangan dan tingkat persediaan, pemenuhan permintaan dan berbagai informasi yang berhubungan dengan pelanggan, prediksi, dan produksi. dengan manajemen rantai pasokan, suatu perusahaan mampu membangun keunggulan kompetitifnya dalam jangka panjang agar dapat terus bersaing dalam lingkungan bisnis yang semakin ketat.

Memanfaatkan dan memaksimalkan *supply chain* dengan baik akan berdampak pada kinerja dan keunggulan kompetitif atau keunggulan besaing perusahaan dengan pasokan barang yang tepat dan terintegrasi. Perusahaan harus terus membuat strategi agar dapat bersaing, menguasai pasar sehingga rencana dan cita-cita perusahaan dapat tercapai. Dengan menentukan strategi rantain pasokan yang optimal, dampaknya pada kinerja perusahaan yang baik.

Kota Yogyakarta merupakan salah satu kota dengan jumlah destinasi wisata menarik yang wajib di kunjungi dan merupakan salah satu provinsi di indonesia yang dikenal dengan pusat pengembangan UKM diberbagai bidang. Tidak hanya itu kota Yogyakarta juga menyuguhkan berbagai pemandangan dan kisah bersejarah yang menarik dan pemandangan kota yang indah. Sebagai kota wisata Yogyakarta memiliki pusat-pusat keajinan kreatif, seperti kerajinan gerabah, kerajinan perak, kerajinan kayu, kerajinan tenun dan lainnya. Seperti yang kita ketahui, kota Yogyakarta memiliki banyak masyakat luas terutama pendatang yang terus bertangan untuk berwisata.

Salah satu jenis kerajinan yang berkembang di daerah Yogyakarta yaitu kerajinan tenun yang terletak di Desa Gamplong Sumberrahyu Moyudan Sleman. Kerajinan tenun di desa gamplong sudah berdiri lama, karajinan tenun ini

merupakan usaha warisan turun temurun yang dikembangkan samapai saat ini. industri tradisional ini juga masih mengguakan alat tenun bukan mesin (ATBM) dalam membuat kain tenun. Bahan baku yang diginakan dalam buat kerajinan tenun bukan saja dari benang, malikan dari lidi, serat eceng gondok, agel dan akar wangi namun, ternyata bahan baku tenun yang digunakan bukanlah hasil sendiri. Indutri ini mendapat bahan seperti lidi dari Cilacap, Ciamis, hingga Pangadaran Jawa Barat. Sedangkan eceng gondok yang didapat dari Semarang dalam keadaan sudah kering hasil dijemur di pantai selatan dari akar wangu yang didapatkan dari Tasikmalaya.

Walaupun begitu, hasil produk tidak hanya di pasarkan di Yogyakarta saja, tetapi banyak juga dipesan oleh pembeli dan pengusaha lain dari Bali dan Jakarta. Sejumlah wisatawan dan pengusaha dari negara tetangga Australia juga menjadi pelanggan tetap perajin di gamplong. Meraka juga menjual online dan menitipkan hasil kerajinannya keberbagai pusat toko oleh-oleh, toko sovenir dan produsen yang ada di kota. Salah satu tenun yang paling sulit dan termasuk mahal adalah tenun wangi karena, bahan yang digunakan sangatlah tipis dan membutuhkan ketelatenan untuk membuatnya. Produk yang dihasilkan beragam jenis dan ukuran, seperti, tas, dompet, asesoris wanita, gorden, tikar dan rak buku.

Peluang tersebut bisa dijadikan sebagai inspirasi dalam memulai bisnis. Selain kota yang menarik, kerajinan juga yang tak kalah menarik sehingga minat masyarakat dengan UKM menjadi sangat luas yaitu salah satunya adalah UKM tenun khususnya di daerah Yogyakarta. Dengan peluang tersebut di manfaatkan oleh pembisnis untuk membuka dan menekuni usaha dalam bidang kerajinan

tenun dengan pangsa pasar yang sangat luas seperti masyarakat Indonesia sampai dengan masyarakat luar negeri.

Bisnis UKM di Yogyakarta memberikan kontribusi yang baik dalam perdagangan. *Supply Chain Management* diperlukan dalam bisnis ini karena bertujuan agar UKM bisa bersaing dengan keunggulan yang kompetitif. Pesaing harus selalu diperhatikan, sehingga UKM harus memiliki strategi untuk dapat memenangkan persaingan pasar. Agar UKM dapat bertahan dan mampu bersaing dan memiliki kinerja yang baik. Hal tersebut bisa didukung dengan penggunaan *Supply Chain Management*. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh *Supply Chain Management* pada UKM dan dampaknya terhadap Kinerja Perusahaan dan Keunggulan Bersaing.

Berdasarkan paparan dan penjelasan di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Supply Chain Management Terhadap Kinerja perusahaan Dan Keunggulan Bersaing Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada UKM Tenun Di Desa Gamplong Sumberrahayu Moyudan Sleman, Yogyakarta)”** agar dapat menjadi pembelajaran dan referensi terkait manajemen operasional perusahaan.

1.2. Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan maka perumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah *Supply Chain Management* (SCM) berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada UKM Kerajinan Tenun di Desa Gamplong Sumberrahayu Moyudan Sleman Yogyakarta?
2. Apakah keunggulan bersaing berpengaruh terhadap kinerja perusahaan pada UKM Kerajinan Tenun di Desa Gamplong Sumberrahayu Moyudan Sleman Yogyakarta?
3. Apakah *Supply Chain Management* (SCM) berpengaruh terhadap kinerja perusahaan dengan keunggulan bersaing sebagai variabel mediasi pada UKM Kerajinan Tenun di Desa Gamplong Sumberrahayu Moyudan Sleman Yogyakarta?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah *Supply Chain Management* (SCM) berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada UKM Kerajinan Tenun di Desa Gamplong Sumberrahayu Moyudan Sleman Yogyakarta.
2. Untuk mengetahui apakah keunggulan bersaing berpengaruh terhadap kinerja perusahaan pada UKM Kerajinan Tenun di Desa Gamplong Sumberrahayu Moyudan Sleman Yogyakarta.
3. Untuk mengetahui apakah *Supply Chain Management* (SCM) berpengaruh terhadap kinerja perusahaan dengan keunggulan bersaing sebagai variabel mediasi pada UKM Kerajinan Tenun di Desa Gamplong Sumberrahayu Moyudan Sleman Yogyakarta.

1.4. Manfaat penelitian

Adapun manfaat peneliti rangkuman ke dalam tiga bagian yaitu:

1. Manfaat bagi UKM

Penelitian ini diharapkan dapat di jadikan sumber *informatif* dan refrensi bagi UKM Kerajinan Tenun di Desa Gamplong Sumberrahayu Moyudan Sleman Yogyakarta, untuk terus meningkatkan *Supply Chain Management* sehingga dapat meningkatkan keunggulan dan kinerja perusahaan agar dapat terus berkembang dan bersaing dengan pesaingnya.

2. Manfaat bagi penulis

Sebagai media pembelajaran dan untuk menambah wawasan dalam penulisan karya ilmiah, selain itu penelitian ini digunakan sebagai media untuk mengimplementasikan teori-teori yang telah dipelajari selama perkuliahan manajemen operasional khususnya *Supply Chain Management*.

3. Manfaat bagi pihak lain

Peneitian ini diharapkan dapat menambah informasi untuk dijadikan pedoman dan tambahan refrensi, tambahan untuk penelitian selanjutnya dalam memahami *Supply Chain Management*.