

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi dan persaingan bisnis pada era modern ini menciptakan berbagai kebutuhan konsumen yang semakin meningkat. Perusahaan berupaya memenuhi kebutuhan tersebut dengan meningkatkan produktivitas, pelayanan yang cepat dan mudah, inovasi-inovasi baru agar tetap unggul dan bertahan di pasar. Perusahaan perlu mengetahui produk-produk yang disukai oleh konsumen.

Salah satu cara untuk memenuhi permintaan konsumen dengan mengelola rantai pasokan. Mengelola rantai pasokan akan menjadikan perusahaan selalu dapat memenuhi permintaan konsumen yang beragam. Selain dapat memenuhi jumlah barang, juga dapat mengetahui produk-produk yang disukai oleh konsumen.

Selanjutnya menurut Ariani (2013) pentingnya kerja sama *supplier* dengan perusahaan yang dibina dengan baik semakin disadari perusahaan, tidak hanya untuk kepentingan jangka pendek tetapi untuk kepentingan jangka panjang. Keuntungan jangka panjang yang dirasakan perusahaan jika kondisi ketika perusahaan membutuhkan pengiriman jangka panjang untuk kebutuhan mendesak, *supplier* dengan segera dapat memenuhi permintaan tersebut. Hubungan yang baik juga memberikan keuntungan dari ongkos pengiriman yang stabil, sehingga dapat mengurangi biaya secara lebih efisien. *Supply Chain Management* (SCM) adalah integrasi aktivitas pengadaan bahan dan pelayanan, pengubahan menjadi barang

setengah jadi dan produk akhir, serta pengiriman ke pelanggan (Heizer dan Render, 2004).

Supply Chain Management merupakan suatu pendekatan yang digunakan untuk mencapai pengintegrasian berbagai organisasi yang lebih efisien dari supplier, manufaktur, distributor, retailer, dan customer. Artinya barang diproduksi dalam jumlah yang tepat, pada saat yang tepat dan pada tempat yang tepat dengan tujuan mencapai *cost* dari sistem secara keseluruhan yang minimum dan juga mencapai *service level* yang diinginkan (Levi et al, 2000).

Ada empat elemen *SCM* yang mempengaruhi kinerja perusahaan. Elemen itu adalah *Information Sharing*, *Longterm Relationship*, *Cooperation*, dan *Process Integration* yang dapat sebagai elemen mewakili analisis pengaruh yang disebabkan *SCM* terhadap kinerja perusahaan.

Menurut Rahadi (2012), perusahaan dalam mengimplementasikan *Supply Chain Management* (*SCM*), bertujuan untuk meningkatkan daya saing yang diwujudkan dalam peningkatan kinerja operasional. Pembagian informasi (*Information sharing*) merupakan elemen penting dalam supply chain management, karena dengan adanya pembagian informasi yang transparan dan akurat dapat mempercepat proses rantai pasokan mulai dari supplier sampai ke pasar atau ke tangan konsumen. Hubungan jangka panjang (*Long Term Relationship*) bisa tercipta dengan adanya hubungan yang berkesinambungan antara semua pihak yang terlibat dalam *supply chain management*, dan dengan kerjasama (*Cooperation*) yang baik dan saling menguntungkan hal tersebut dapat dilakukan. Selanjutnya adalah proses yang terintegrasi (*Process integration*) dari penggabungan

keseluruhan semua kegiatan yang ada di manajemen rantai pasokan agar semua kegiatan berjalan dengan lancar.

UMKM menguasai 99% kegiatan bisnis di Indonesia. Adapun salah satu permasalahan dari UMKM yaitu permasalahan pada produktivitas. Sebagian dari pelaku UMKM tidak berkenan untuk merubah cara-cara yang selama ini dijalani. Padahal kemajuan dunia tak bisa di bendung lagi. Banyak proyek-proyek pembangunan dan renovasi perumahan yang ada di Indonesia. Karenanya perlu untuk menyediakan produk yang dibutuhkan untuk menjalankan proyek. Hal ini merupakan peluang bagi pelaku UMKM yang bergerak di bidang dagang bahan bangunan. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh manajemen rantai pasok pada UMKM dan dampaknya terhadap kinerja perusahaan. Pada penelitian ini penulis berfokus pada UMKM Dagang Bahan Bangunan di Kabupaten Sleman.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan diatas, maka yang menjadi rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *information sharing* berpengaruh positif bagi kinerja perusahaan?
2. Apakah *long term relationship* berpengaruh positif bagi kinerja perusahaan?
3. Apakah *cooperation* berpengaruh positif bagi kinerja perusahaan?
4. Apakah *process integration* berpengaruh positif bagi kinerja perusahaan?
5. Manakah variabel SCM yang paling berpengaruh signifikan?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apakah *information sharing* berpengaruh positif bagi kinerja perusahaan.
2. Untuk mengetahui apakah *long term relationship* berpengaruh positif bagi kinerja perusahaan.
3. Untuk mengetahui apakah *cooperation* berpengaruh positif bagi kinerja perusahaan.
4. Untuk mengetahui apakah *process integration* berpengaruh positif bagi kinerja perusahaan.
5. Untuk mengetahui elemen SCM yang paling dominan berpengaruh terhadap kinerja perusahaan.

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat-manfaat dari penelitian tersebut sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan, dan mampu mengaplikasikan ilmu yang telah diperoleh selama menempuh pendidikan di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan informasi bagi pelaku usaha dagang bahan bangunan di Kabupaten Sleman sebagai bahan pertimbangan untuk memilih supplier dan sumber daya strategis.

