

BAB I

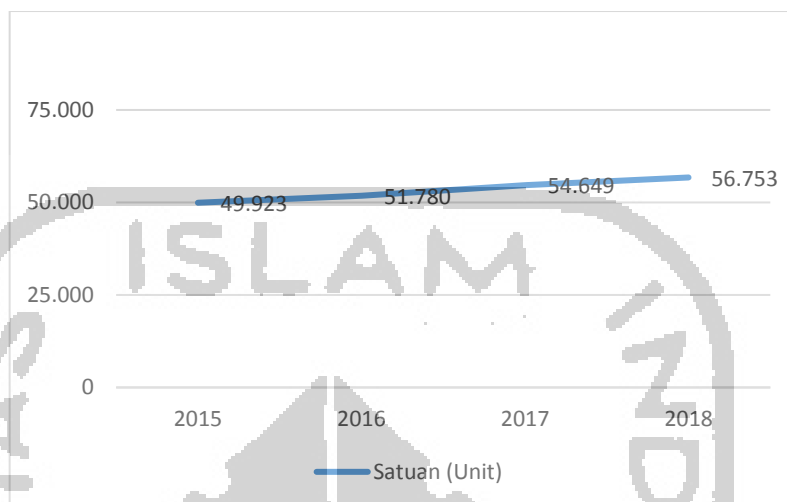
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring dengan memasuki era Revolusi Industri 4.0, dunia bisnis terus-menerus bersaing untuk menciptakan berbagai kebutuhan konsumen yang semakin tinggi. Dari berbagai tingkat kalangan menuntut kualitas yang terbaik dengan harga yang ekonomis agar mampu memenangkan persaingan. Perkembangan Industri 4.0 secara global berdampak di Indonesia, Kementerian Perindustrian meluncurkan strategi Making Indonesia 4.0 sebagai sebuah peta jalan mengenai strategi Indonesia dalam implementasi memasuki Industri 4.0 agar Indonesia dapat berdaya saing dengan negara lainnya. Salah satu strategi prioritas nasional Making Indonesia 4.0 merupakan pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Usaha Kecil Menengah (UKM) memiliki peran penting dan strategis dalam pembangunan ekonomi nasional. UKM juga membantu dalam hal menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan pendapatan rumah tangga. Situasi ekonomi di Indonesia selalu dikaitkan dengan usaha kecil yang keberadaannya di seluruh penjuru tanah air, dikarenakan sektor usaha kecil inilah yang menghidupi sebagian besar rakyat negeri ini. Dibuktikan dengan tetap berdiri tegak meski perekonomian bangsa dilanda badai krisis sebesar apapun.

Menurut Keputusan Presiden RI no. 99 tahun 1998, pengertian Usaha Kecil Menengah adalah kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dengan bidang usaha yang secara mayoritas merupakan kegiatan usaha kecil dan perlu dilindungi untuk mencegah dari persaingan usaha yang tidak sehat. Data Biro Pusat Statistik (BPS) dan Kementerian Koperasi dan UKM tahun 2015 menunjukkan jumlah UKM di Indonesia mencapai 36,69 juta unit. Sektor UKM di Indonesia terbukti telah menyerap 79,6 juta

tenaga kerja, mempunyai andil terhadap 19,94% nilai ekspor dan 55,67% PDB (Indarti, 2007).



Gambar 1. 1 Jumlah UKM

Berdasarkan data dari Dinas Koperasi dan UKM DIY pada gambar 1.1 mencatat jumlah UKM Aneka Usaha selalu mengalami peningkatan setiap tahunnya. Pada tahun 2018 terdapat sebanyak 56.753 unit UKM yang berada di DIY. Julukan Yogyakarta sebagai kota pelajar dan destinasi wisata sebagai salah satu faktor yang membuat masyarakat menangkap peluang untuk membuka usaha dan meningkatkan usaha yang mereka miliki. Dikarenakan tingginya persaingan maka UKM harus berusaha meningkatkan kinerja organisasi agar usaha yang dijalankan bertahan lebih lama.

Persaingan bisnis yang semakin ketat menjadi tantangan utama bagi setiap perusahaan. Dalam kondisi seperti ini perusahaan dituntut berpikir kreatif untuk mengimplementasikan strategi bersaing dengan menghasilkan barang ataupun jasa yang lebih berkualitas, murah, dan cepat dibandingkan dengan pesaing. Untuk menyediakan suatu produk yang berkualitas, murah, dan cepat, perbaikan di internal sebuah perusahaan tidaklah cukup. Ketiga aspek tersebut membutuhkan peran serta semua pihak (stakeholders) mulai dari supplier, perusahaan, perusahaan distribusi, sampai pelanggan yang bersinergi satu sama lain. Sehingga perusahaan sebaiknya menerapkan konsep Supply Chain Management (SCM) atau Manajemen Rantai Pasok.

Berbagai macam strategi operasi diterapkan untuk meningkatkan keunggulan bersaing termasuk strategi rantai pasok yang efisien dan responsive. Di awal tahun 90-an, sebuah metode dalam manajemen rantai pasokan menemukan titik cerahnya. *Supply Chain Management* atau SCM telah menjadi penemuan penting yang berkembang pada saat itu. Metode analisis yang kuat menjadikan SCM sebagai sebuah system yang mampu membuat sebuah perusahaan berkembang menjadi lebih baik dari sebelumnya. *Supply Chain Management* merupakan sebuah sistem yang memiliki fungsi untuk mengawasi alur perjalanan bahan baku sampai produk jadi sampai ke tangan konsumen dengan sempurna (Lusiana et al., 2017). Rantai pasok adalah seperangkat pendekatan untuk mengefisienkan integrasi *supplier*, manufaktur, gudang, dan penyimpanan, sehingga barang diproduksi dan didistribusikan dalam jumlah yang tepat, lokasi yang tepat, waktu yang tepat untuk meminimalkan biaya dan memberikan kepuasan layanan terhadap konsumen. Menurut (Christopher, 1998) *Supply Chain management* adalah jaringan organisasi yang melibatkan hubungan *upstream* dan *downstream* dalam proses dan aktivitas yang berbeda yang memberi nilai dalam bentuk produk dan jasa pada konsumen.

Permintaan pelanggan yang semakin canggih serta adanya gangguan dalam sistem rantai pasokan maka rantai pasokan diperlukan untuk merespon dengan cepat dan tampil di lingkungan bisnis, dalam rangka menciptakan keunggulan kompetitif pada berbagai dimensi. Ini adalah kewajiban manajer dan peneliti yang berusaha untuk lebih memahami respon di tingkat antar organisasi (Thatteet al., 2013). Respon rantai pasokan yang dikelola dengan cepat dan responsif akan dapat meningkatkan keunggulan bersaing perusahaan.

Keunggulan bersaing (*competitive advantage*) pada dasarnya berkembang dari nilai yang mampu diciptakan oleh organisasi kepada pembelinya yang melebihi biaya organisasi dalam menciptakannya. Nilai merupakan sesuatu yang pembeliberesdaya membayar, dan nilai yang unggul berasal dari tawaran harga yang lebih rendah daripada yang ditawarkan pesaing dengan manfaat yang sepadan atau memberikan manfaat unik yang lebih daripada sekedar mengimbangi harga yang lebih tinggi (Porter 1993).

Keunggulan kompetitif berkelanjutan merupakan arah strategi organisasi yang bukan merupakan tujuan akhir, tetapi merupakan alat untuk mencapai tujuan organisasi, yaitu kinerja organisasi yang menghasilkan keuntungan (profit) relatif tinggi (Ferdinand, 2003). Kinerja perusahaan (*Organizational Performance*) merupakan hasil sesungguhnya atau *output* yang dihasilkan sebuah organisasi yang kemudian diukur dan dibandingkan dengan hasil atau *output* yang diharapkan (Jahanshahi et al., 2012).

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis Pengaruh *Supply Chain Management* terhadap *Supply Chain Responsiveness* dan Keunggulan Bersaing serta Dampaknya terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Kasus UKM Di Yogyakarta)”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *Supply Chain Management* berpengaruh terhadap *Supply Chain Responsiveness*?
2. Apakah *Supply Chain Responsiveness* berpengaruh terhadap keunggulan bersaing?
3. Apakah keunggulan bersaing berpengaruh terhadap kinerja perusahaan?
4. Apakah *Supply Chain Management* berpengaruh terhadap keunggulan bersaing?
5. Apakah *Supply Chain Management* berpengaruh terhadap kinerja perusahaan?

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah pada penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Penelitian dilakukan dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data primer.
2. Objek penelitian merupakan UKM di Daerah Istimewa Yogyakarta.
3. Data yang didapatkan berupa pendapat pemilik atau manager UKM yang memiliki pengalaman minimal 1 tahun.
4. Pengolahan data menggunakan analisis Structural Equation Modeling dengan bantuan program AMOS22.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan pada penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Menganalisis pengaruh *Supply Chain Management* terhadap *Supply Chain Responsiveness*.
2. Menganalisis pengaruh *Supply Chain Responsiveness* terhadap keunggulan bersaing.
3. Menganalisis pengaruh keunggulan bersaing terhadap kinerja perusahaan.
4. Menganalisis pengaruh *Supply Chain Management* terhadap keunggulan bersaing.
5. Menganalisis pengaruh *Supply Chain Management* terhadap kinerja perusahaan.

1.5 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yaitu sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui *Supply Chain Management* berpengaruh atau tidak terhadap *Supply Chain Responsiveness*, keunggulan bersaing, dan kinerja perusahaan.
2. Penulis memperoleh pengetahuan dengan adanya hasil yang didapat dari penelitian ini.
3. Diharapkan penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi bacaan untuk menambah ilmu pengetahuan bagi para pembaca. Selain itu dapat digunakan sebagai acuan penelitian berikutnya.

1.6 Sistematika Penelitian

Sistematika Penulisan dibuat untuk membantu memberikan gambaran secara umum tentang penelitian yang akan dilakukan. Secara garis besar sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab ini akan menjelaskan secara singkat mengenai latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan laporan TA.

BAB II KAJIAN LITERATUR

Bab kedua ini memuat kajian literatur deduktif dan induktif yang dapat membuktikan bahwa topik TA yang diangkat memenuhi syarat serta kriteria yang telah dijelaskan di atas.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini memuat variabel penelitian, data yang digunakan serta tahapan yang telah dilakukan dalam penelitian secara ringkas dan jelas. Metode ini dapat meliputi metode pengumpulan data, alat bantu analisis data yang akan dipakai dan sesuai dengan bagan alir yang telah dibuat. Urutan langkah yang telah ditetapkan tersebut merupakan suatu kerangka yang dijadikan pedoman dalam pelaksanaan penelitian.

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Bab ini berisi tentang data yang diperoleh selama penelitian dan bagaimana menganalisis data tersebut. Hasil pengolahan data ditampilkan baik dalam bentuk tabel maupun grafik. Pada sub bab ini merupakan acuan untuk pembahasan yang akan ditulis pada sub bab V yaitu pembahasan hasil penelitian.

BAB V PEMBAHASAN

Bab ini berisi pembahasan hasil yang diperoleh dalam penelitian di mana kesesuaian hasil dengan tujuan penelitian akan menghasilkan sebuah rekomendasi bagi perusahaan.

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi tentang kesimpulan yang diperoleh melalui pembahasan penelitian. Kemudian saran dibuat berdasarkan pengalaman dan pertimbangan

penulis yang ditujukan kepada para peneliti dalam bidang sejenis yang dimungkinkan hasil penelitian tersebut dapat dilanjutkan.

DAFTAR PUSTAKA

Daftar pustaka berisikan tentang sumber-sumber yang digunakan dalam penelitian ini, baik itu berupa jurnal, buku, kutipan-kutipan dari internet ataupun dari sumber-sumber yang lainnya.

LAMPIRAN

Lampiran berisikan kelengkapan alat dan hal lain yang perlu dilampirkan atau ditunjukkan untuk memperjelas uraian dalam penelitian.

