

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perusahaan di zaman seperti sekarang ini telah banyak mengalami perubahan dan kemajuan di segala bidang. Tidak hanya dalam bidang teknologi saja, perusahaan saat ini harus mampu untuk mengembangkan berbagai lini baik dari dalam maupun dari luar perusahaan itu sendiri. Perusahaan harus mampu melihat bagaimana cara terbaik yang harus dilakukan untuk mengembangkan usahanya yaitu dengan cara meningkatkan kinerja perusahaan.

Kinerja perusahaan mampu ditingkatkan baik melalui *internal* maupun *external* perusahaan dengan mengamati dan mengidentifikasi apa saja hal-hal yang dapat mempengaruhi kinerja perusahaan dan hal yang dapat meningkatkan kinerja perusahaan. Faktor *internal* di pengaruhi oleh semua lini yang berhubungan dengan perusahaan, sedangkan faktor *external* di pengaruhi oleh rantai pasokan.

Semakin maju zaman akan meningkatkan persaingan diantara para pengusaha termasuk dalam usaha kecil menengah, para pengusaha harus lebih sensitif dan lebih peka terhadap situasi dan kondisi, mengenai apa yang harus di lakukan untuk dapat tetap dapat mempertahankan usahanya dan meningkatkan usahanya. Semua lini dan kinerja di dalam perusahaan harus di awasi, baik *internal* perusahaan maupun *external* perusahaan.

Usaha kecil dan menengah (UKM) merupakan pelaku usaha yang berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi negara. Hal ini ditunjukkan dari jumlah unit UKM yang mendominasi, dengan komposisi 99.99% dari total unit usaha di Indonesia. Pada tahun 2013, perekonomian indonesia tumbuh sebesar 5.78% dimana sektor industri manufaktur

merupakan sektor yang memberikan kontribusi paling besar terhadap pertumbuhan Produk Nasional Bruto. Selain sumbangsih terhadap pembentukan PDB, UKM juga berperan menekan jumlah pengangguran di Indonesia melalui peningkatan penyerapan tenaga kerja setiap tahunnya (Stefani Dkk, 2014).

Dalam perkembangannya lingkungan *external* sangat berpengaruh untuk kelangsungan bisnis perusahaan. Salah satu lingkungan *external* perusahaan adalah pemasok.

Perusahaan tidak akan mampu menjalankan bisnisnya tanpa adanya pemasok, rantai pasokan dalam perusahaan sangat penting dikelola dengan baik untuk menjaga kelancara produksi. Dalam kaitannya, perusahaan dan pemasok tidak hanya bekerja sama dalam hal membeli dan menyediakan tetapi juga perlunya komunikasi antara kedua belah pihak untuk memaksimalkan dan memuaskan konsumen. Komunikasi yang di lakukan antrara pemasok dan perusahaan berupa pertukaran Informasi.

Kolaborasi hanya dapat dipahami sebagai proses pengambilan keputusan diantara pihak saling tergantung di banyak tingkatan dalam penyediaan rantai, yang melibatkan kepemilikan bersama dari keputusan dan tanggung jawab kolektif untuk hasil (Frank Wiengarten dkk, 2010).

Tipe hubungan kolaborasi sebagai hubungan yang lebih tahan lama dimana tiap pihak berusaha membawa organisasi pada struktur baru dengan berkomitmen penuh, visi misi yang sama dan tingkat kepercayaan yang lebih tinggi (Stefani Dkk, 2014).

*Indeks* kolaborasi tampaknya menjadi ukuran yang paling konprehensif untuk kolaborasi rantai pasokan. *Indeks* mereka mengukur kolaborasi dalam hal berbagi informasi, keputusan sinkronisasi, dan keselarasan insentif. Berbagi informasi dikonseptualisasikan sebagai tindakan menangkap dan menyebarkan informasi yang

tepat waktu dan relevan untuk pembuat keputusan untuk merencanakan dan mengendalikan operasi rantai pasokan, keputusan sinkronisasi mengacu pada pengambilan keputusan bersama dalam perencanaan dan konteks operasional dan keselarasan insentif mengacu pada sejauh mana anggota rantai pasokan berbagi biaya, resiko, dan manfaat (Frank Wiengarten dkk, 2010).

Kolaborasi rantai pasokan merupakan hubungan kemitraan, dalam konteks rantai pasok, memiliki orientasi jangka panjang yang lahir dari pendekatan relasional. Jika dilihat berdasarkan jenis hubungan yang terjalin, hubungan kemitraan ini dibagi menjadi hubungan kontrak, kooperatif, kolaborasi dan aliansi (Stefani Dkk, 2014).

Indikator di dalam kolaborasi rantai pasokan yaitu kualitas informasi, berbagi informasi, keselarasan insentif dan pengambilan keputusan bersama. kualitas informasi, yaitu sejauh mana informasi secara konsisten dapat memenuhi persyaratan dan harapan semua orang yang membutuhkan informasi tersebut untuk melakukan proses mereka (Wikipedia, 2013). Berbagi informasi, yaitu bagaimana informasi yang didapat harus digunakan untuk membuat keputusan yang lebih baik (Stefani Dkk, 2014). Keselarasan insentif, yaitu menunjukkan sejauh mana anggota rantai pasok saling berbagi kerugian, resiko, dan manfaat (Stefani Dkk, 2014). Pengambilan keputusan bersama, yaitu pengambilan keputusan bersama diantara beberapa pihak yang bekerja sama dalam rantai pasokan.

Perusahaan saat ini pada dasarnya telah mengerti dan menyadari pentingnya peningkatan kinerja operasional dan telah memiliki nilai yang tinggi dalam hal kinerja operasional perusahaan. Namun perusahaan harus menyadari bahwa hal tersebut belum cukup, di zaman yang semakin berkembang dan terus berubah seperti saat ini perusahaan perlu meningkatkan kinerja operasionalnya, tidak cukup hanya sebatas tinggi tapi

bagaimana cara untuk memperoleh nilai yang lebih tinggi pada kinerja operasional perusahaan.

Dengan demikian timbul banyak pertanyaan, apakah kualitas informasi dapat meningkatkan kinerja perusahaan, apakah berbagi informasi dapat meningkatkan kinerja perusahaan, apakah keselarasan insentif dapat meningkatkan kinerja perusahaan dan apakah pengambilan keputusan bersama dapat meningkatkan kinerja perusahaan di dalam praktek rantai pasokan kolaboratif.

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul skripsi: **“PENGARUH RANTAI PASOKAN KOLABORATIF TERHADAP KINERJA OPERASIONAL PERUSAHAAN DI YOGYAKARTA”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan masalah yang diuraikan di atas peneliti berfokus melakukan penelitian pada pengaruh kualitas informasi praktek rantai pasokan kolaboratif dan kinerja perusahaan yang ada di Yogyakarta. Kemudian masalah yang akan dibahas akan dirumuskan dalam pertanyaan-pertanyaan sebagai berikut:

1. Apakah kualitas informasi dapat meningkatkan kinerja operasional perusahaan?
2. Apakah berbagi informasi dapat meningkatkan kinerja operasional perusahaan?
3. Apakah keselarasan insentif dapat meningkatkan kinerja operasional perusahaan?
4. Apakah pengambilan keputusan bersama dapat meningkatkan kinerja operasional perusahaan?

### **1.3 Batasan Penelitian**

Mengingat populasi yang cukup luas dan cukup banyak yang bisa dilakukan untuk penelitian ini maka perlu adanya batasan penelitian. Batasan dalam penelitian ini adalah hanya pada ruang lingkup daerah Yogyakarta dan sampel yang akan diambil dalam penelitian ini hanya pada perusahaan yang masuk dalam kategori usaha kecil menengah.

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Tujuan penulis dalam melakukan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mencari tahu seberapa kuat efek positif yang di timbulkan dari kualitas informasi antara perusahaan dan pemasok terhadap kinerja operasional perusahaan.
2. Untuk mencari tahu seberapa kuat efek positif yang di timbulkan dari berbagi informasi antara perusahaan dan pemasok terhadap kinerja operasional perusahaan.
3. Untuk mencari tahu seberapa kuat efek positif yang di timbulkan dari keselarasan insentif antara perusahaan dan pemasok terhadap kinerja operasional perusahaan.
4. Untuk mencari tahu seberapa kuat efek positif yang di timbulkan dari pengambilan keputusan bersama antara perusahaan dan pemasok terhadap kinerja operasional perusahaan.

## 1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

### 1. Bagi Penulis

Manfaat yang didapatkan dari penelitian ini bagi penulis sendiri adalah agar lebih mengetahui pentingnya penerapan ilmu secara langsung di lapangan, tidak hanya sekedar teori yang di pelajari di perkuliahan. Selanjutnya penelitian ini bertujuan untuk syarat lulus bagi penulis untuk memperoleh gelar Sarjana S1.

### 2. Bagi Perusahaan

Manfaat hasil penelitian ini bagi perusahaan usaha kecil menengah yang ada di Yogyakarta adalah untuk mengintropeksi, memperbaiki dan meningkatkan kualitas informasi dan hubungan dengan pemasok utama.

### 3. Bagi pihak lain

Manfaat penelitian ini bagi pihak lain adalah untuk mengetahui seberapa besar kualitas informasi dan kedekatan perusahaan dan pemasok pada usaha kecil menengah di Yogyakarta dan sebagai acuan bagi penelitian yang lebih luas.