

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Persaingan bisnis modern membawa dampak pada perubahan fokus persaingan dari persaingan antar perusahaan secara mandiri kearah persaingan antar jejaring bisnis seperti *Supply Chain* (rantai pasokan). Kondisi ini memunculkan era kompetisi antar jejaring bisnis, dimana peran perusahaan manufaktur telah berubah dari memasok perusahaan domestik menjadi pasar internasional melalui perusahaan lokal (Rudberg dan Olhager, 2003). Pengelolaan kerjasama dalam rantai pasokan memerlukan koordinasi dan integrasi baik didalam maupun diantara perusahaan untuk mencapai manajemen rantai pasokan yang efektif, kualitas pelayanan, dan keuntungan perusahaan.

Pentingnya pencapaian manajemen rantai pasokan yang efektif memerlukan kebijakan strategis untuk mencapai tujuan manajemen rantai pasokan yang efektif, tetapi pada kenyataannya tingkat kepedulian perusahaan maupun akademisi terhadap kebijakan strategis khususnya tentang isu manajemen rantai pasokan masih sangat rendah. Bukti nyata yang mendukung pendapat tersebut adalah fakta sulitnya mencari literatur yang terkait dengan isu manajemen rantai pasokan di Indonesia. Kesenjangan dalam studi manajemen rantai pasokan di Indonesia mendorong minat peneliti untuk meneliti pengaruh implementasi praktik-praktik manajemen rantai pasokan terhadap pencapaian keunggulan kompetitif dan kinerja perusahaan. Melalui studi yang dilakukan diharapkan dapat

memberikan masukan sebagai bahan pertimbangan bagi praktisi dalam proses pengambilan keputusan terkait dengan praktik-praktik manajemen rantai pasokan untuk meningkatkan kinerja dan menciptakan daya saing perusahaan dalam rantai pasokan.

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

Menurut Porter (1993), 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 pembeli bersedia 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. Hal ini lebih mengarah bagaimana organisasi dapat menciptakan barang yang dapat diberi nilai lebih tinggi dari biaya yang dikeluarkan dan konsumen harus merasa bahwa dengan membeli barang dari organisasi tersebut, konsumen merasakan mendapat keuntungan (*benefit*) yang lebih besar dari nilai pengorbanan yang dikeluarkan (*cost*).

Persaingan menjadi suatu kondisi yang perlu diperhatikan oleh setiap organisasi, maka organisasi harus memiliki strategi yang dapat dijadikan sebagai senjata dalam memenangkan persaingan yang ada. 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). Jadi maksudnya adalah selain organisasi memiliki keunggulan kompetitif yang bertujuan untuk memenangkan persaingan di dalam lingkungan bisnis, organisasi juga menggunakan keunggulan kompetitif sebagai salah satu cara untuk mencapai tujuan kinerja organisasi yang diinginkan.

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). Agar organisasi mampu bersaing dan memiliki kinerja organisasi yang baik maka dapat didukung dengan mengimplementasikan *Supply Chain management*. *Supply Chain management* adalah seperangkat pendekatan untuk mengefisiensikan 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 member nilai dalam bentuk produk dan jasa pada konsumen

*Supply Chain management* (SCM) adalah teknik terbaru dalam memenangkan persaingan melalui pengelolaan aliran material/produk dan informasi. Banyak perusahaan-perusahaan ternama di dunia yang telah sukses dalam mengimplementasikan konsep-konsep SCM. Nama-nama seperti P & G, Wal-Mart, Hewlett Packard, IBM, Chrysler, Dell Computers dan Sun Microsystems adalah sebagian nama-nama perusahaan besar yang telah sukses meraup keuntungan besar atas kesuksesannya mengimplementasikan konsep-konsep SCM. Namun di balik cerita sukses tersebut pastilah banyak perusahaan yang gagal. Terlepas dari sukses dan gagal tersebut, konsep SCM harus dipahami oleh para pelaku bisnis terutama yang menangani aliran material/produk dan informasi terlepas dari posisi relatifnya terhadap konsumen akhir.

Penelitian tentang praktek SCM terhadap respon rantai pasokan dan keunggulan bersaing dilakukan oleh Thatte et al, (2013) yang menemukan bahwa tingkat yang lebih tinggi dari praktek SCM dapat menyebabkan peningkatan respon rantai pasokan dan ditingkatkan keunggulan kompetitif dari suatu perusahaan. Juga rantai pasokan responsif memiliki pengaruh positif secara langsung terhadap keunggulan kompetitif dari suatu perusahaan.

Sedangkan Li *et.al* (2006) mengembangkan lima dimensi praktek SCM (*Strategic Supplier Partnership, Customer Relationship, Information sharing, Level of information quality dan Postponement*) dan menguji hubungan antara praktek SCM terhadap keunggulan kompetitif dan kinerja perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktek SCM yang semakin baik berpengaruh positif terhadap peningkatan keunggulan kompetitif dan meningkatkan kinerja

perusahaan. Selain itu keunggulan kompetitif berpengaruh langsung terhadap kinerja Perusahaan.

Teori dan praktik pada manajemen rantai pasokan telah banyak diterapkan pada perusahaan – perusahaan. Menurut Heyzer dan Render (2005), Penerapan *Supply Chain management* (SCM) yang mengikuti konsep SCM yang benar dapat memberikan dampak peningkatan keunggulan kompetitif terhadap produk maupun pada sistem rantai pasokan yang dibangun perusahaan tersebut. Lebih lanjut Heyzer dan Render (2005) menyatakan bahwa, Perusahaan perlu mempertimbangkan masalah rantai pasokan untuk memastikan bahwa rantai pasokan mendukung strategi perusahaan. Jika manajemen operasi mendukung strategi perusahaan secara keseluruhan, maka rantai pasokan di desain untuk mendukung manajemen operasi (Heyzer and Render, 2005). Hal tersebut didukung oleh pendapat Chopra and Meindl (2007) bahwa, Desain *Supply Chain*, perencanaan, dan keputusan operasi memberikan peranan yang penting dalam menentukan keberhasilan atau kegagalan sebuah organisasi.

Berdasarkan fenomena tersebut diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **”Pengaruh Praktek SCM terhadap Respon Rantai Pasokan dan Keunggulan Bersaing serta dampaknya terhadap Kinerja perusahaan (Studi pada UKM di Kabupaten Sleman)”**

## **1.2. Perumusan Masalah**

Sesuai dengan latar belakang di atas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah praktek *Supply Chain management* (SCM) berpengaruh positif terhadap Respon Rantai Pasokan?
2. Apakah praktek *Supply Chain management* (SCM) berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing perusahaan?
3. Apakah praktek *Supply Chain management* (SCM) berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan?
4. Apakah Respon Rantai Pasokan berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing perusahaan?
5. Apakah Keunggulan bersaing berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh praktek *Supply Chain management* (SCM) terhadap Respon Rantai Pasokan.
2. Untuk mengetahui pengaruh praktek *Supply Chain management* (SCM) terhadap keunggulan bersaing perusahaan.
3. Untuk mengetahui pengaruh praktek *Supply Chain management* (SCM) terhadap kinerja perusahaan.
4. Untuk mengetahui pengaruh Respon Rantai Pasokan terhadap keunggulan bersaing perusahaan.
5. Untuk mengetahui pengaruh Keunggulan bersaing terhadap kinerja perusahaan.

#### **1.4. Kegunaan Penelitian**

1. Memberikan tambahan informasi bagi industri UKM di Kabupten Sleman untuk penyusunan kebijakan dalam meningkatkan keunggulan bersaing dan kinerja perusahaan melalui pengembangan *Supply Chain management* dan Respon Rantai Pasokan.
2. Memberikan tambahan informasi dan pengetahuan bagi ilmu manajemen operasional, terutama untuk mengkaji lebih lanjut pengaruh *Supply Chain management* terhadap Respon rantai pasokan, keunggulan bersaing dan kinerja perusahaan