

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada perjalanan sejarah perekonomian Indonesia, usaha kecil dan menengah (UKM) merupakan kelompok pelaku ekonomi terbesar yang dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap perekonomian nasional dan sudah terbukti mampu menjadi penyangga (*buffer*) dalam perekonomian. Pemerintah meyakini bahwa keberhasilan dalam pembinaan UKM akan mampu memperkuat pondasi ekonomi rakyat, karena apa yang selama ini dilakukan oleh UKM pada umumnya berbasis pada sumber daya lokal, tidak bergantung pada impor. Justru karena berbasis pada sumber daya lokal, maka produk unggulan UKM yang ada di daerah-daerah mempunyai peluang ekspor yang sangat besar karena mempunyai keunikan tersendiri yang menjadi ciri khas dari produk-produk tersebut.

Peran UKM yang signifikan dan terbukti sebagai pendorong pertumbuhan ekonomi rakyat tentunya perlu ditingkatkan agar dapat berkembang secara lebih luas dan mempunyai daya saing. Daya saing UKM dapat diwujudkan salah satunya dengan penerapan TI untuk meningkatkan transformasi bisnis, ketepatan dan efisiensi pertukaran informasi (Rahmana, 2009), memperluas jaringan pemasaran dan memperluas *market share*. Peningkatan daya saing UKM ini sangat

diperlukan agar UKM mampu bertahan dan bersaing dalam kancan perdagangan global.

Namun, sampai sekarang dapat dilihat bahwa penerapan TI oleh UKM di Indonesia masih sangat rendah. Lembaga riset AMI Partners mengungkapkan fakta bahwa hanya 20% UKM di Indonesia yang memiliki komputer (Wahid, 2007) untuk mendukung kegiatan bisnisnya. Selain hal itu, penerapan TI di UKM juga terkendala oleh karakteristik organisasi, dalam hal ini UKM itu sendiri (Kartiwi&MacGregor, 2007).

Disadari atau tidak, keberadaan UKM di Indonesia mempunyai peran strategis di dalam pembangunan ekonomi nasional. UKM terbukti mampu menghadapi krisis ekonomi global yang imbasnya masih berlangsung hingga sekarang. Meski demikian, masih banyak UKM di Indonesia yang belum memanfaatkan TIK secara maksimal. Sebagian besar di antara mereka masih bersifat konvensional. Hal ini sudah selayaknya menjadi perhatian pemerintah untuk memperkuat peran TIK dalam pengembangan potensi UKM di Indonesia agar dapat bersaing secara kompetitif.

Perkembangan pesat teknologi informasi, komunikasi, maupun proses pabrikan mengakibatkan pendeknya siklus hidup produk. Oleh karena itu setiap perusahaan akan berupaya semaksimal mungkin untuk meningkatkan produktivitas, efisiensi, pelayanan yang cepat, mudah, dan terus menciptakan berbagai inovasi-inovasi baru untuk tetap dapat unggul dan bertahan di pasar. Selain produktivitas dan efisiensi yang perlu ditingkatkan, perusahaan juga harus memahami dan mengetahui apa saja yang dibutuhkan oleh konsumen.

Salah satu tantangan terbesar yang dihadapi perusahaan saat ini adalah keharusan untuk merespon setiap ketidakpastian yang terjadi (Arifin, 2004). Tantangan – tantangan tersebut terutama dipicu oleh persaingan yang makin ketat antara sesama perusahaan, antara lain tuntutan pelanggan akan pelayanan yang cepat dan tantangan yang berkaitan dengan upaya mencari laba serta meningkatkan pertumbuhan perusahaan (Maryanto, 2005). Karena beberapa hal, siklus hidup produk dan teknologi telah mengalami pemendekan, tekanan untuk berkompetisi mengakibatkan tingginya frekuensi perubahan produk, selain itu permintaan konsumen semakin bervariasi dibandingkan sebelumnya. Arifin, (2004) dan Maryanto, (2005) berpendapat *Supply chain* (rantai pasokan) adalah sebuah sistem manajemen yang dapat menjawab tantangan tersebut.

Sebagai efek dari semakin kompleksnya persaingan bisnis, ketergantungan antar perusahaan yang tergabung dalam suatu jaringan rantai pasok semakin kuat. Beberapa tahun terakhir literatur manajemen banyak menarik kesimpulan bahwa bergantung pada kekuatan individual perusahaan belum cukup untuk menciptakan daya saing yang berkelanjutan (Hamel & Breen, 2007). Oleh karena itu, aplikasi *Supply chain management* (SCM) yang solid, harus dilakukan untuk mempertahankan eksistensi bisnis (Miles & Snow, 2007).

Menurut Heyzer dan Render (2005), Kunci bagi manajemen rantai pasokan yang efektif adalah menjadikan para pemasok sebagai “mitra”

dalam 4 strategi perusahaan untuk memenuhi pasar yang selalu berubah. Melihat pentingnya kualitas hubungan kerjasama pemasok dan perusahaan dalam mewujudkan kinerja rantai pasokan, sangat tepat apabila ini dimasukkan sebagai variabel penting yang turut berpengaruh dalam mewujudkan kinerja rantai pasokan perusahaan (Maryanto,2005). Bentuk kerjasama dalam rantai pasokan lazim diartikan sebagai pemfokusan perusahaan dalam mengelola kompetensi inti yang dimilikinya dan memanfaatkan sumber luar untuk melakukan semua aktifitas lain diluar kompetensi inti tersebut (Christopher, 1999, h.2 dalam Ahda, 2009).

Menurut Huo et al (2015) kinerja rantai pasokan dipengaruhi oleh komitmen hubungan dan teknologi informasi dengan koordinasi rantai pasokan sebagai mediasinya. Secara detail hasil menunjukkan bahwa koordinasi rantai pasokan antara pemasok dan pelanggan ditemukan dapat meningkatkan kinerja rantai pasokan, dan berpengaruh terhadap koordinasi dengan pelanggan. Selain itu ada hubungan interaktif antara koordinasi pemasok dan pelanggan dengan kinerja rantai pasokan, menunjukkan bahwa sinergi koordinasi rantai pasokan meningkatkan Kinerja Rantai Pasokan.

Konsep manajemen rantai pasokan sendiri telah lebih diperluas dengan pendekatan manajemen hubungan dan diperlukan kerjasama yang lebih kuat antara berbagai tahap rantai pasokan (Schulze et al, 2006). Kemitraan stratejik menekankan pada hubungan jangka panjang secara langsung yang mendukung proses perencanaan dan usaha pemecahan

masalah (Gunasekaran, Patel dan Tirtiroglu, 2001) yang memungkinkan perusahaan untuk bekerja lebih efektif dengan pemasok yang memiliki kemauan untuk berbagi tanggung jawab untuk menjamin keberhasilan produk. Kanter (1994) menunjukkan keuntungan strategis dari hubungan kerjasama dari berbagai macam industri, dan Kay (1993) menggunakan hubungan kerjasama tersebut sebagai salah satu faktor kunci untuk menambah nilai perusahaan dalam analisisnya tentang strategi bisnis. Jelas bahwa hubungan kerjasama yang berkualitas semakin lama semakin menjadi pusat perhatian dalam analisis mengenai bagaimana perusahaan bersaing.

Menurut Morgan dan Hunt (1994) komitmen merupakan motivasi untuk memelihara hubungan dan memperpanjang hubungan. Fredberg et al., (2008) mengatakan hubungan bergantung pada komitmen yang saling menguntungkan antara pembeli dan penjual. Ketika motivasi untuk memelihara hubungan tinggi, maka ada kemungkinan dimana komitmen hubungan juga tinggi. Hubungan yang awet menunjukkan sebuah kepastian derajat komitmen antara pembeli-penjual. Ivens dan Pardo, (2008) menemukan bahwa komunikasi menjadi kunci penting bagi kelanjutan hubungan kerjasama. Komunikasi dipandang sebagai elemen paling penting bagi kesuksesan hubungan antar perusahaan karena kenyataan membuktikan bahwa hubungan antar perusahaan selalu melibatkan komunikasi. Dengan demikian komitmen hubungan yang baik

seharusnya menjadi salah satu faktor yang menentukan keberhasilan kerjasama antar perusahaan.

Pemasok merupakan salah satu faktor dari saluran distribusi bahan baku yang penting bagi perusahaan. Pemasok-pemasok yang dipilih perusahaan yang tidak dikelola dengan baik memungkinkan para pemasok terlambat dalam pengadaan bahan baku bagi perusahaan, karena dapat menurunkan kinerja para pemasok dan tidak terjadinya transparansi harga tawar menawar antara pemasok dengan perusahaan (Mutakin dan Hubeis 2011). Ditambahkan pula oleh Manuj dan Sahin (2009), keterlambatan bahan baku dapat mempengaruhi operasional pada perusahaan. Pentingnya keberadaan pemasok bagi perusahaan, menjadikan perusahaan harus dapat mengelola dan memelihara komitmen hubungan dengan pemasoknya.

Selain komitmen hubungan, teknologi informasi sangat diperlukan dalam meningkatkan efisiensi dan efektivitas kinerja operasional perusahaan. Menurut Chopra dan Meindl (2001) menyatakan adanya beberapa penggerak (drivers) dalam rantai pasok, yaitu persediaan, transportasi, fasilitas, dan informasi. Secara potensial, informasi merupakan penggerak terbesar terhadap kinerja rantai pasok, karena secara langsung mempengaruhi penggerak lainnya. Informasi terdiri atas data dan analisis mengenai persediaan, transportasi, fasilitas, dan pelanggan pada suatu rantai pasok. Informasi membuka peluang untuk membuat rantai pasok lebih responsif dan efisien. Menurut Bowersox et al. (2002), teknologi informasi (TI) merupakan suatu media yang dapat memfasilitasi

perencanaan dan operasi logistik dan rantai pasok. EDI, Internet, XML, dan teknologi satelit menghubungkan komunikasi antara perusahaan dan fasilitasnya. Frekuensi radio menghubungkan komunikasi jarak pendek antara fasilitas-fasilitas, seperti gudang. *Image, bar coding*, dan teknologi *scanning* menghubungkan komunikasi antara sistem informasi rantai pasok dan lingkungan fisiknya.

Keberhasilan dari kinerja rantai pasokan, selain ditentukan oleh komitmen hubungan dan teknologi juga dipengaruhi oleh koordinasi antar anggota rantai pasokan tersebut. Koordinasi rantai pasokan mirip dengan kolaborasi antara rantai pemasok dan kerjasama rantai pasokan, yang merupakan komponen kunci integrasi rantai pasokan. Menurut Zhao et al (2011), bahwa integrasi rantai pasokan termasuk aliansi strategis, berbagi informasi, dan bekerja bersama. Bekerja sama melibatkan koordinasi kegiatan yang terkait. Aliansi strategis berfokus pada kegiatan tingkat strategis, bekerja bersama-sama berfokus pada kegiatan operasional. Sedangkan *information sharing* atau berbagi informasi menekankan aspek teknologi operasi, bekerja sama menekankan aspek operasi manusia.

Fenomena tentang manajemen rantai pasokan yang terjadi di UKM industri kulit di Manding berdasarkan pengamatan peneliti masih belum terlaksana dengan baik. Hanya UKM-UKM yang melakukan penjualan ekspor yang aktif melaksanakan program *Supply Chain Management* di perusahaannya, dan itu saja masih terbatas pada kegiatan penjualan via online atau *e-commerce*. Para pemilik UKM melakukan penawaran produk

kepada konsumen melalui website, sehingga dapat dimanfaatkan pelanggan yang berada di luar Yogyakarta atau di Luar negeri dalam melakukan transaksi. *Supplay Chain Management* juga dilakukan perusahaan untuk memesan bahan baku dari pemasok, sehingga para pemilik UKM tidak perlu datang ketempat pemasok dalam melakukan transaksi bahan baku (kulit mentah). Namun demikian proses *Supplay Chain Management* belum terintegrasi dengan baik, sehingga prosesnya masih berjalan secara parsial.

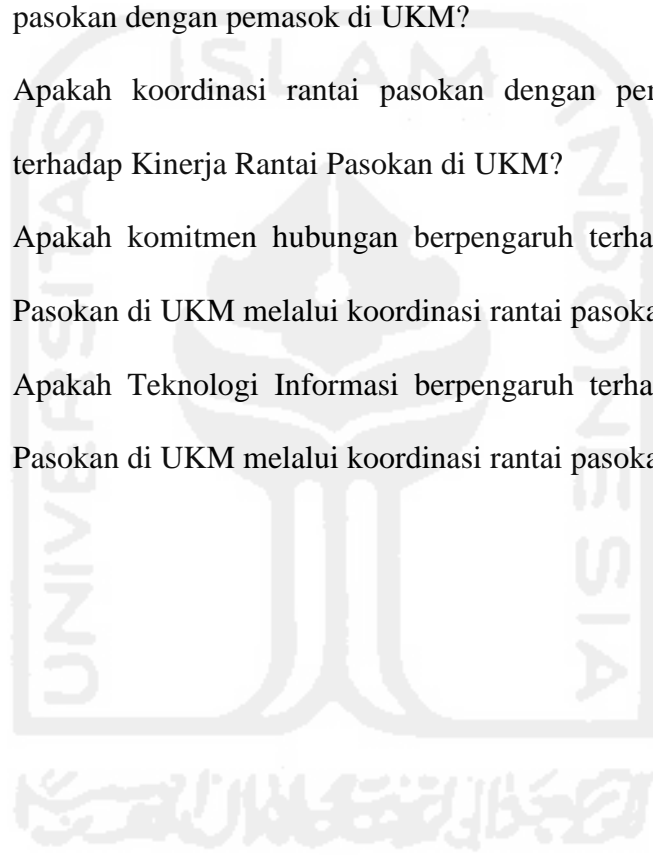
Berdasarkan penjelasan tersebut maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Komitmen Hubungan Dan Teknologi Informasi Terhadap Kinerja Rantai Pasokan Dengan Koordinasi Sebagai Variabel Intervening pada UKM Kerajinan Kulit Manding Kabupaten Bantul”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang diatas penulis merumuskan masalah yang terjadi, yaitu “bagaimana dampak teknologi informasi dan komitmen hubungan mengenai koordinasi rantai pasokan di UKM”. Berdasarkan rumusan masalah penelitian tersebut selanjutnya dijabarkan dalam bentuk pertanyaan penelitian, sebagai berikut:

1. Apakah komitmen hubungan berpengaruh terhadap Kinerja Rantai Pasokan di UKM?

2. Apakah komitmen hubungan berpengaruh terhadap koordinasi rantai pasokan dengan pemasok di UKM?
3. Apakah Teknologi Informasi berpengaruh terhadap Kinerja Rantai Pasokan di UKM?
4. Apakah Teknologi Informasi berpengaruh terhadap koordinasi rantai pasokan dengan pemasok di UKM?
5. Apakah koordinasi rantai pasokan dengan pemasok berpengaruh terhadap Kinerja Rantai Pasokan di UKM?
6. Apakah komitmen hubungan berpengaruh terhadap Kinerja Rantai Pasokan di UKM melalui koordinasi rantai pasokan?
7. Apakah Teknologi Informasi berpengaruh terhadap Kinerja Rantai Pasokan di UKM melalui koordinasi rantai pasokan?



1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menjelaskan pengaruh komitmen hubungan terhadap Kinerja Rantai Pasokan di UKM.
2. Untuk menjelaskan pengaruh komitmen hubungan terhadap koordinasi rantai pasokan dengan pemasok di UKM.
3. Untuk menjelaskan pengaruh Teknologi Informasi terhadap Kinerja Rantai Pasokan di UKM.
4. Untuk menjelaskan pengaruh Teknologi Informasi terhadap koordinasi rantai pasokan dengan pemasok di UKM.
5. Untuk menjelaskan pengaruh koordinasi rantai pasokan dengan pemasok terhadap Kinerja Rantai Pasokan di UKM.
6. Untuk menjelaskan pengaruh komitmen hubungan terhadap Kinerja Rantai Pasokan di UKM melalui koordinasi rantai pasokan.
7. Untuk menjelaskan pengaruh Teknologi Informasi terhadap Kinerja Rantai Pasokan di UKM melalui koordinasi rantai pasokan.

1.4 Manfaat Penelitian

Pada dasarnya ada dua manfaat penelitian yang dapat diambil dari penelitian ini, yaitu :

1. Manfaat Teoritis

Sebagai bahan referensi dan masukan untuk mengembangkan penelitian dengan alat atau variable yang berbeda pada penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

Di mana hasil dari suatu penelitian diharapkan bisa memberikan manfaat secara langsung ataupun tidak dalam menyelesaikan permasalahan praktis, seperti :

1) Bagi perusahaan:

Untuk menambah pengetahuan dan wawasan tentang manajemen rantai pasokan di dalam perusahaan.

2) Bagi peneliti:

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi dan pertimbangan dalam meningkatkan kinerja operasional perusahaan.

1.5 Sistematika Penulisan

Penelitian ini terdiri dari lima bab, dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

Bab I : PENDAHULUAN

Pada bagian ini dijelaskan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II : KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

Bab ini berisi tinjauan pustaka yang digunakan untuk membahas masalah yang diangkat dalam penelitian ini. Mencakup teori-teori dan penelitian terdahulu yang mendukung perumusan hipotesis serta analisis hasil-hasil penelitian lainnya.

Bab III : METODE PENELITIAN

Bab ini berisi deskripsi tentang bagaimana penelitian akan dilaksanakan secara operasional. Menguraikan tentang variabel penelitian dan definisi operasional variabel, populasi dan sampel penelitian, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data dan metode analisis.

Bab IV : PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Bab ini berisi tentang pengujian atas hipotesis yang dibuat dan penyajian hasil dari pengujian tersebut, serta pembahasan tentang hasil analisis yang dikaitkan dengan teori yang berlaku.

Bab V : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini membahas tentang kesimpulan yang diperoleh dari hasil analisis pada bab sebelumnya, keterbatasan penelitian serta saran bagi penelitian sejenis berikutnya, dan juga implikasi penelitian terhadap praktik yang ada.