

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Pada saat ini kondisi persaingan dalam suatu jaringan sangat ketat karena perubahan teknologi yang begitu cepat, stabilitas perekonomian dan politik di Indonesia yang sedang mengalami ketidakpastian, dan banyaknya investor asing masuk, serta para pesaing baru. Perusahaan sendiri dituntut untuk selalu berinovasi pada jaman yang semakin modern saat ini. Persaingan tersebut harus mampu menciptakan jaringan yang bagus agar dapat tercipta keunggulan bersaing dan kinerja perusahaan dalam terbentuknya Manajemen Rantai Pasokan yang baik.

Persaingan merupakan suatu hal yang harus dihadapi oleh suatu perusahaan. Keunggulan bersaing adalah suatu bagian dari keberhasilan atau kegagalan dalam suatu perusahaan (Indrajid dan Djokopranoto 2002). Salah satu kunci kesuksesan suatu perusahaan adalah dengan kemampuannya untuk memiliki dan mempertahankan satu atau beberapa keunggulan bersaing yang dapat dicapai melalui berbagai jalan/ Salah satu caranya adalah melalui manajemen logistik dan manajemen Rantai Pasokan. Keunggulan bersaing (*competitive advantage*) menurut Kuncoro (2006) merupakan konsep kunci manajemen stratejik, yaitu suatu perusahaan dikatakan memiliki keunggulan bersaing ketika perusahaan tersebut mempunyai sesuatu yang tidak dimiliki pesaing, melakukan sesuatu yang lebih baik dibandingkan dengan perusahaan lain, atau mampu melakukan sesuatu yang tidak mampu dilakukan oleh perusahaan lain. Dengan demikian, keunggulan bersaing

menjadi suatu kebutuhan penting dalam mencapai kesuksesan jangka panjang dan keberlangsungan hidup perusahaan.

Keunggulan bersaing pada dasarnya tumbuh dari nilai atau manfaat yang dapat diciptakan oleh perusahaan bagi para pembelinya yang lebih dari biaya yang harus dikeluarkan perusahaan untuk menciptakannya. Persaingan menjadi suatu hal yang harus diperhatikan oleh organisasi. Agar sebuah organisasi memenangkan persaingan, maka organisasi harus memiliki strategi yang dapat dijadikan alat dalam memenangkan persaingan terhadap para pesaing. Strategi untuk memenangkan pencapaian dalam daya saing ini sangat tergantung dari efisiensi dan efektivitas di dalam organisasi agar lebih memahami yang dibutuhkan oleh konsumen dan permintaan pasar.

Rantai pasokan sendiri pertama kali digunakan oleh beberapa konsultan logistik pada tahun 1980-an, yang kemudian oleh para akademisi dianalisis lebih lanjut pada tahun 1990-an. Rantai pasokan adalah rangkaian hubungan antar perusahaan atau aktifitas yang melaksanakan penyaluran pasokan barang atau jasa dari tempat asal sampai ke pembeli atau pelanggan. Rantai Pasokan menyangkut hubungan yang terus menerus mengenai barang, uang, dan informasi. barang umumnya mengalir dari hulu ke hilir, uang mengalir dari hilir ke hulu. Sedangkan informasi mengalir baik dari hulu ke hilir maupun dari hilir ke hulu (Indrajit dan Djokopranoto, 2005).

Pengaruh Manajemen Rantai Pasokan terhadap Keunggulan Bersaing. Keunggulan bersaing mengarah kepada kemampuan perusahaan untuk menciptakan nilai unik yang tidak dimiliki dan tidak dapat ditiru oleh pesaing (Li et al., 2006).

Keunggulan bersaing pada saat ini tidak hanya ditentukan oleh kemampuan sebuah industri untuk menciptakan banyak output waktu tetapi juga menyangkut kualitas, distribusi dan layanan purna jual. Produktivitas memang penting, tetapi itu saja tidak cukup sebagai bekal untuk bersaing di pasar. Pelanggan mulai bisa membedakan produk berdasarkan kualitasnya. Bahkan disadari bahwa kualitas produk sangat bergantung pada proses produksi, manusia selaku produsen, dan sistem yang digunakan secara keseluruhan. Pengendalian kualitas tidak lagi cukup hanya dilakukan dengan model inspeksi produk, tetap lebih fundamental dengan melihat proses. Bahkan orang industri mulai sadar bahwa kualitas produk juga tidak lepas dari kualitas bahan baku yang dikirim oleh supplier (Ubud, 2009).

Day dan Wensley (1988) menyatakan bahwa keunggulan bersaing merupakan bentuk-bentuk strategi untuk membantu keberlangsungan hidup perusahaan. Keunggulan dalam bersaing merupakan sarana untuk mencapai tujuan akhir perusahaan yaitu meningkatkan kinerja perusahaan. Manajemen Rantai Pasokan merupakan sarana pengoptimalan aktivitas perusahaan dalam kegiatan operasional perusahaan untuk meminimalkan biaya dan mencapai kepuasan pelanggan yang diwujudkan dengan menciptakan hubungan yang baik dengan supplier, produksi yang baik dan hubungan dengan pelanggan yang baik. Kegagalan dalam operasional perusahaan saat menghasilkan produk/jasa atau dalam level apapun dapat menyebabkan biaya kegagalan meningkat yang kemudian akan menyebabkan profitabilitas perusahaan menurun dan menyebabkan daya beli menurun pula. Manajemen Rantai Pasokan dapat meminimalisasi biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan dan meningkatkan nilai mutu produk di mata pelanggan sehingga

profitabilitas perusahaan akan meningkat. Kondisi ini diharapkan dapat meningkatkan kinerja perusahaan (Wulandari, dkk. 2016).

Berdasarkan latar belakang tersebut di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Praktek Manajemen Rantai Pasokan Terhadap Keunggulan Bersaing Dan Kinerja Perusahaan Pada Usaha Retail Di Daerah Istimewa Yogyakarta”

1.2 RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang yang ada di atas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut.

1. Apakah praktek manajemen rantai pasokan berpengaruh terhadap keunggulan bersaing perusahaan?
2. Apakah Keunggulan bersaing berpengaruh terhadap kinerja perusahaan?
3. Apakah praktek manajemen rantai pasokan berpengaruh terhadap kinerja perusahaan?
4. Apakah praktek manajemen rantai Pasokan berpengaruh terhadap kinerja perusahaan melalui keunggulan bersaing ?

1.3 TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, tujuan dari penelitian ini adalah

1. Untuk mengetahui pengaruh praktek manajemen rantai pasokan terhadap keunggulan bersaing perusahaan;
2. Untuk mengetahui pengaruh keunggulan bersaing terhadap kinerja perusahaan
3. Untuk mengetahui pengaruh praktek Manajemen rantai pasokan terhadap kinerja perusahaan.
4. Untuk mengetahui pengaruh praktek manajemen rantai Pasokan berpengaruh terhadap kinerja perusahaan melalui keunggulan bersaing

1.4 MANFAAT PENELITIAN

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi perusahaan, penulis, dan pihak lain.

1. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk menjadi masukan terhadap toko retail di Sleman untuk meningkatkan, memperbaiki praktek Rantai Pasokan manajemen terhadap keunggulan bersaing dan kinerja perusahaan di masa yang akan datang.

2. Bagi penulis

Penelitian ini untuk memperdalam dan menerapkan ilmu-ilmu yang sebelumnya telah dijelaskan di dalam perkuliahan agar dapat diterapkan langsung pada suatu permasalahan yang ada.

3. Bagi pihak lain

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai referensi ataupun untuk ilmu pengetahuan bagi penelitian yang sejenis pada masa yang akan datang.

