

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Semakin berkembangnya teknologi dan ilmu pengetahuan menjadikan setiap individu semakin kompetitif, terutama dalam lingkungan bisnis. Baik bisnis yang berskala kecil dalam cakupan sempit (regional) ataupun bisnis yang berskala besar yang memiliki cakupan multi-nasional. Dengan adanya persaingan bisnis yang semakin ketat ini, maka setiap perusahaan (mikro atau makro) diuntut untuk selalu berupaya semaksimal mungkin untuk meningkatkan produktifitas, pelayanan yang cepat, efisiensi dan terus menciptakan berbagai inovasi baru untuk tetap unggul dan mampu bersaing dalam jangka panjang dan bertahan dipasaran. Selain meningkatkan produktifitas dan efisiensi, suatu perusahaan juga harus memahami dan mengetahui apa saja yang dibutuhkan oleh konsumen.

Kebutuhan masyarakat yang semakin kompleks menjadikan setiap pelaku bisnis harus secara terus-menerus untuk berinovasi agar dapat bertahan, memiliki daya saing yang semakin meningkat dan kinerja perusahaan yang harus tetap tinggi serta kepuasan pelanggan yang terus meningkat harus terpenuhi. Karena peningkatan permintaan terhadap produk yang berupa barang ataupun jasa saat ini tidak bisa dihindarkan. Peningkatan permintaan yang di maksudkan disini, bukan hanya di lihat dari segi kuantitas (banyaknya produk), akan tetapi perusahaan dituntut untuk dapat

menyampaikan produknya dengan lebih efektif dan efisien. dalam konteks ini, maka setiap manajer perusahaan harus mampu melakukan perencanaan, pelaksanaan, pengendalian dan manajemen resiko yang di hadapi atas proses *Management Supply Chain* (SCM).

Supply Chain adalah sekumpulan aktivitas dari perusahaan yang terlibat dalam proses produksi dan transformasi serta distribusi barang, mulai dari bahan baku paling awal produk jadi sampai pada konsumen. Perusahaan-perusahaan tersebut biasanya terdiri dari pemasok, manufaktur, distributor, toko atau ritel samapai ke konsumen yang masing-masing mempunyai peranan yang sangat penting dalam penciptaan produk yang berkualitas, efektif dan efisien. manajemen rantai pasokan itu sendiri merupakan suatu metode, alat atau pendekatan untuk pengelolaan rantai pasokan yang mencakup pengembangan produk, perencanaan dan pengendalian, operasi atau produksi dan pengiriman atau distribusi (Pujawan, 2017 : 4).

Supply Chain Management (SCM) merupakan pengintegrasian sumber bisnis yang kompeten dalam penyaluran barang, yang mencakup perencanaan dan pengelolaan aktivitas pengadaan dan logistik serta informasi terkait, mulai dari tempat bahan baku sampai ke tempat konsumsi termasuk koordinasi dan kolaborasi dengan jaringan mitra usaha untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Rantai pasokan melibatkan seluruh bagian, baik secara langsung atau tidak langsung. Seluruh aktivitas ini mencakup aktivitas pembelian dan *outsourcing*, dan yang penting aktivitas hubungan antara pemasok denagn distributor (Sihaya, 2015: 12).

Suatu perusahaan perlu memperhatikan permasalahan yang terjadi pada rantai pasokan dan memastikan jika rantai pasokan tersebut dapat menunjang kegiatan dan strategi perusahaan. Jika suatu perusahaan menginginkan minimal bertahan pada persaingan bisnis, maka perusahaan harus mencapai keunggulan, dengan cara menghasilkan kinerja yang baik. Dan untuk mendapatkan kinerja yang baik tersebut, suatu perusahaan dituntut memberikan perencanaan strategi yang tepat, Karena kesadaran terhadap pentingnya manajemen rantai pasokan menjadi suatu modal bagi individu dalam suatu organisasi, dan mendorong terciptanya aktivitas yang berbasis rantai pasok yang dapat menghasilkan keluaran yang mencerminkan keterkaitan antar perusahaan dalam rantai pasok. Keluaran dari aktivitas tersebut dapat mencerminkan kinerja yang terukur dari suatu manajemen rantai pasok (Ahmad, 2016: 2).

Salah satu elemen penting dalam sebuah management rantai pasok adalah hubungan jangka panjang (*Longterm Relation*) dapat tercapai apabila suatu hubungan kerja sama terjalin secara berkesinambungan atau secara terus-menerus antara satu pihak dengan pihak lain yang saling berkaitan dalam sebuah sistem rantai pasokan, hubungan jangka panjang memungkinkan semua pihak dapat menciptakan kepercayaan yang baik serta menciptakan efisiensi. Pembagian informasi (*Information Sharing*) merupakan elemen penting yaitu saling berbagi atau pembagian informasi (*Information Sharing*). Dengan terbukanya suatu informasi yang akurat antar pihak didalam sebuah rantai pasokan maka akan memungkinkan terwujudnya sistem rantai pasokan

yang lebih cepat. Dan untuk menjaga agar sebuah hubungan kerjasama dapat berjalan lancar maka dibutuhkan suatu proses yang sistematis atau sistem yang terintegrasi (*Integration Process*) yang tujuan utamanya adalah menggabungkan beragam kegiatan dalam rantai pasokan yang sistematis dan mendorong terciptanya aktivitas yang berbasis rantai pasok yang dapat menghasilkan keluaran yang mencerminkan keterkaitan antar perusahaan dalam rantai pasok (Pujawan, 2017: 33).

Untuk itu, rantai pasokan yang terintegrasi dalam sebuah perusahaan sangat penting karena di era perdagangan bebas saat ini, persaingan bukan hanya berlaku pada antar produk atau antar perusahaan, akan tetapi juga antar metode rantai pasokan yang dijalankan oleh suatu perusahaan. Hal tersebut terjadi karena kemampuan memasok pelanggan dengan solusi produk, harga, dan waktu yang tepat memerlukan suatu kerja sama dan berkoordinasi dengan baik dari seluruh sumber daya yang terlibat seperti teknologi, kemampuan produksi dan lain-lain. Karena setiap bagian dalam rantai pasokan berperan penting yaitu untuk dapat memenuhi harapan pelanggan dalam suatu usaha.

Dalam konteks industri, Industri Kecil Menengah (IKM) merupakan wadah bagi usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) yang memiliki potensi berkembang yang tinggi. Keberadaan UMKM bisa menyerap tenaga kerja yang sangat besar bagi setiap perusahaan. Karena kinerja UMKM sangat dibutuhkan bagi para pelaku usaha untuk bisa bersaing dan terus berkembang serta dapat memberi indikasi yang positif dalam program pembangunan daerah sebagai motor penggerak perekonomian. Untuk memenangkan

persaingan suatu perusahaan harus dapat menyampaikan produknya dengan efektif lebih cepat dan lebih efisien. Salah satunya dengan menggunakan rantai pasokan (*Supplly Chain*) dan pengetahuan tentang manajemen rantai pasokan yang telah diakui dapat meningkatkan kompetensi persaingan. Suatu perusahaan dalam mengimplementasikan *Supply Chain Management* (SCM) bertujuan untuk meningkatkan daya saing bagi *supply chain* secara keseluruhan yang diwujudkan dalam peningkatan kinerja operasional (Aziz, 2017: 2)

Management rantai pasokan tidak hanya dapat diterapkan oleh perusahaan besar saja, akan tetapi UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) juga dapat menerapkannya. Salah satunya adalah UMKM yang ada di Desa Parerejo Kecamatan Purwodadi, khususnya UMKM yang memproduksi tempe. Masalah yang sering dihadapi UMKM, pada umumnya sama dengan permasalahan yang bisa terjadi pada UMKM lainnya seperti permasalahan pengadaan bahan baku yang di dapat dalam hal ketersediaan bahan baku lokal yang minim misalnya bahan baku dalam pembuatan tempe yang berupa kedelai. Hal ini yang membuat harga fluktuatif pada bahan baku yang berdampak pada kesinambungan suatu produksi. Selain itu permasalahan dalam hal kualitas bahan baku lokal yang lebih rendah di bandingkan dengan kualitas kedelai impor. Kedelai lokal teksturnya lebih kecil dibanding dengan kedelai impor. Hal ini juga bisa berdampak pada kualitas hasil tempe yang di produksi.

Tenaga kerja (sumber daya manusia), produktivitas tenaga kerja merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi perkembangan UMKM. Tingkat pendidikan yang rendah menjadi penyebab usaha olahan tempe sulit berkembang, misalnya kurangnya membangun hubungan kerja sama dengan *Supplier*. Selanjutnya permasalahan terkait peranan teknologi dan aliran informasi yang masih kurang dioptimalkan dan diaplikasikan, hal ini disebabkan oleh kualitas tenaga kerja yang masih rendah karena tingkat pendidikan yang rendah. Kurangnya keahlian dalam mengelola UMKM juga menyebabkan suatu usaha sulit untuk berkembang, misalnya kurang berinovasi, aliran informasi dengan para pelaku bisnis yang belum di manfaatkan dengan baik. Hal ini juga disebabkan oleh faktor pendidikan yang rendah, sehingga pola pikir masyarakat masih sempit dan belum bisa berkembang mengikuti kemajuan teknologi yang semakin pesat seperti sekarang ini.

Untuk meningkatkan daya saing dan mengatasi suatu permasalahan pada suatu usaha atau UMKM, di perlukan adanya pengelolaan, baik secara internal ataupun eksternal perusahaan. Hubungan antara *supplier*, *customer* dan perusahaan itu sendiri harus di kelolah dengan baik, agar para *supplier* ikut bertanggung jawab terhadap kualitas produk. Hubungan yang baik dan jangka panjang sangat di perlukan agar distribusi produk tepat pada waktunya sampai ke pengguna akhir. Dan yang paling penting proses dalam perancangan sistem pengukuran kinerja rantai pasokan membuat perusahaan memungkinkan untuk mengetahui masalah yang ada dalam suatu proses

sehingga perusahaan dapat mengambil tindakan untuk menyelesaikan masalah dan mencegah masalah tersebut menyebar.

Kemudian ancaman pendatang baru, pendatang baru pada suatu UMKM membawa kapasitas baru, keinginan untuk berebut bagian pasar, serta sering kali juga sumber daya yang besar. Akibatnya harga dapat menjadi turun dan biaya semakin meningkat. Sehingga suatu industri sangat membutuhkan strategi yang sesuai untuk dapat bertahan di pasar, dapat menghadapi persaingan, ancaman dan peluang besar. Suatu pengusaha dituntut untuk dapat merancang dan memiliki strategi *supply chain management* agar hubungan antar pemasok terus bertahan dan berjangka panjang. Bukan hanya itu aliran informasi dan hubungan yang integrasi harus diperhatikan agar suatu rantai pasokan berjalan lebih efektif dan efisien serta terkontrol.

Hubungan antara pemasok dengan produsen juga harus sehat dan tetap dipelihara, karena tingkat ketergantungan perusahaan terhadap *supplier* (pemasok) sangat tinggi dan bersifat jangka panjang. Hubungan pemasok dengan pembeli merupakan bagian dari SCM perlu diintegrasikan dengan benar sehingga dapat menghasilkan apa yang diharapkan perusahaan untuk kepuasan konsumen dan dapat meningkatkan keunggulan kompetitif terhadap produk yang dihasilkan serta dapat meningkatkan kinerja *supply chain management*.

Atas dasar kenyataan uraian diatas maka mendorong peneliti untuk melakukan penelitian tentang **“PENGARUH *LONGTERM RELATION*, *INFORMATION SHARING* DAN *INTEGRATION PROCESS* TERHADAP KINERJA *SUPPLY CHAIN MANAGEMENT* PADA UMKM DESA PAREREJO KECAMATAN PURWODADI”**.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang diatas dapat diidentifikasi dan dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah *Longterm Relation* berpengaruh secara parsial terhadap Kinerja *Supply Chain Management* pada UMKM Desa Parerejo Kecamatan Purwodadi?
2. Apakah *Information Sharing* berpengaruh secara parsial terhadap Kinerja *Supply Chain Management* pada UMKM Desa Parerejo Kecamatan Purwodadi?
3. Apakah *Integration Process* berpengaruh secara parsial terhadap Kinerja *Supply Chain Management* pada UMKM Desa Parerejo Kecamatan Purwodadi?
4. Apakah *Longterm Relation*, *Information Sharing* dan *Integration Process* berpengaruh secara simultan terhadap Kinerja *Supply Chain Management* pada UMKM Desa Parerejo Kecamatan Purwodadi?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan yang ingin di capai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui *Longterm Relation* berpengaruh secara parsial terhadap Kinerja *Supply Chain Management* Pada UMKM Desa Parerejo Kecamatan Purwodadi.
2. Untuk mengetahui *Information Sharing* berpengaruh secara parsial terhadap Kinerja *Supply Chain Management* Pada UMKM Desa Parerejo Kecamatan Purwodadi.
3. Untuk mengetahui *Integration Process* berpengaruh secara parsial terhadap Kinerja *Supply Chain Management* Pada UMKM Desa Parerejo Kecamatan Purwodadi.
4. Untuk mengetahui *Longterm Relation, Information Sharing* dan *Integration Process* berpengaruh secara simultan terhadap Kinerja *Supply Chain Management* pada UMKM Desa Parerejo Kecamatan Purwodadi?

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Bagi Perusahaan

Untuk memberikan informasi kepada perusahaan mengenai pengaruh *Lonterm Relation, Information Sharing* dan *Integration Process* terhadap kinerja *Supply Chain Management*, khususnya bagi UMKM yang ada di Desa Parerejo Kecamatan Purwodadi.

1.4.2 Bagi Akademis

Diharapkan dari penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi bagi penelitian selanjutnya yang membahas atau bersinggungan dengan manajemen rantai pasokan (*Supply Chain Management*) dan hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pembelajaran dan pengaplikasian ilmu pengetahuan dalam bidang manajemen pemasaran.

1.4.3 Bagi Praktisi

Penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan pemahaman peneliti mengenai manajemen operasional didalam perusahaan, khususnya yang berhubungan dengan rantai pasokan yaitu mengenai *Longterm Relation, Information Sharing* dan *Integration Process* terhadap Kinerja *Supply Chain Management*.