

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Permasalahan *corona virus* sampai saat ini masih menjadi perbincangan seluruh dunia. Di Indonesia, masih banyak orang yang kurang peduli terhadap peraturan yang telah ditetapkan oleh pemerintah mengenai selalu mencuci tangan baik sebelum melakukan kegiatan maupun sesudah melakukan kegiatan, selalu menjaga jarak dengan orang lain ketika beraktivitas sehari-hari, dan selalu menggunakan masker ketika sedang beraktivitas di luar rumah. *Corona virus* mengakibatkan krisis bagi pembisnis seperti pada *coffee shop* yang tutup disebabkan oleh prosedur *lockdown* dan larangan berinteraksi langsung dengan orang lain dan para konsumen menaati peraturan tersebut (Kim dan Lee, 2020). Hal tersebut sangat berdampak terhadap kinerja rantai pasokan perusahaan Indonesia, Terutama sangat berdampak pada *coffee shop* di Yogyakarta. *Coffee shop* merupakan *trend* terbaru di era modern yang disukai oleh pencinta minuman kopi mulai dari anak muda hingga orang tua. Saat ini beberapa *Coffee shop* menerapkan sistem *cashless* dengan menggunakan *credit card* atau *e-money* dan mengubah jam operasionalnya. Langkah tersebut dapat meminimalisir penularan *corona virus*, mengingat *coffee shop* harus tetap beroperasi untuk mendapat pemasukkan (Okezone 24/03/2020, 07.47 WIB).

Faktor yang dapat mempengaruhi kinerja operasional perusahaan yaitu kepercayaan, kolaborasi rantai pasokan, dan inovasi produk. Faktor pertama yang dapat mempengaruhi kinerja operasional perusahaan adalah kepercayaan. *Coffee shop* terus menerus memaksimalkan usahanya guna mencapai target dan citra yang terbaik bagi konsumennya serta dapat mempertahankan kepercayaan kepada para konsumen. Kepercayaan konsumen merupakan faktor utama dalam memajukan suatu usahanya baik dalam memajukan usahanya maupun mempertahankan kinerja operasional *coffee shop*. Kepercayaan konsumen pada produk sangat diperlukan oleh perusahaan dalam menilai kepercayaan mengenai kualitas dari produk suatu *coffee shop* (Andini et al,2014). Kepercayaan konsumen bergantung pada produk yang telah disediakan pada *coffee shop*.

Faktor kedua yang dapat mempengaruhi kinerja operasional perusahaan adalah dengan melakukan kolaborasi rantai pasokan. Dalam *coffee shop* kolaborasi rantai pasokan merupakan hal terpenting dikarenakan tuntutan zaman untuk terus menciptakan suatu produk berkualitas unggul, dengan waktu singkat, dan harga yang lebih rendah pada kondisi perekonomian yang susah diperkirakan. *Coffee shop* diharuskan untuk terus menerus mengetahui strategi pembaharuan guna menghasilkan kualitas bersaing secara kompetitif, dengan kondisi bersaing yang sangat ketat dalam hal pengembangan fasilitas kepada para konsumen. Kolaborasi rantai pasokan pada *coffee shop* juga termasuk modifikasi dalam pemanfaatan kinerja operasional perusahaan untuk masa yang akan datang. Sebagian besar *coffee shop* tidak mempunyai

keterampilan dan sumber daya yang mampu untuk bersaing secara global dan keterampilan tersebut tidak dapat dipasarkan melalui sebuah kolaborasi (Salam,2017). Oleh karena itu, sangat diperlukan melakukan kolaborasi secara terus menerus dengan beberapa *coffee shop* lain guna meningkatkan kualitas perusahaan dalam memenuhi kebutuhan para konsumen.

Faktor ketiga yang dapat mempengaruhi kinerja operasional perusahaan adalah inovasi produk. Suatu *coffee shop* harus terus melakukan inovasi produk agar dapat menyempurnakan target kinerja operasional, apabila inovasi produk selaras dengan target kinerja operasional maka dapat berdampak positif terhadap perusahaan (Yuniar,2011). Konsumen akan menyesal dan merasa tidak senang apabila harga yang mereka bayar tidak sesuai dengan yang diinginkan. *Coffee shop* yang melakukan pembaharuan pada produknya, maka akan mempunyai ketrampilan dalam bersaing dibandingkan *coffee shop* lainnya yang tidak melakukan hal tersebut. *Coffee shop* perlu untuk terus menerus melakukan inovasi terhadap keseluruhan produknya agar para konsumen tidak bosan dengan produk yang disediakan. Oleh karena itu, inovasi produk harus selalu diperbarui agar dapat bersaing dan unggul dari produk *coffee shop* lainnya. Hal tersebut dijelaskan dalam (QS. Ar-Ra'd 13: Ayat 11) yang berbunyi:

...إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنفُسِهِمْ ۗ

Yang artinya :

“Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum sebelum mereka mengubah keadaan diri mereka sendiri”.

Perusahaan yang ingin mencapai kesuksesan diharuskan untuk meningkatkan kinerja operasionalnya dengan cepat dan *responsif* terhadap permasalahan yang dialami oleh *coffee shop*. Lemahnya dalam merancang strategi inovasi secara berkelanjutan dan tidak ada kemauan untuk melakukan suatu kolaborasi dengan pihak lain sehingga mengakibatkan *coffee shop* tersebut gulung tikar. Perlunya untuk terus meningkatkan kinerja operasional *coffee shop* agar dapat mencapai tujuan dan dapat mempertahankan citra baik di mata para konsumen. Oleh karena itu, *coffee shop* harus mampu melakukan inovasi kinerja operasionalnya agar dapat bersaing secara kompetitif dengan para *kompetitor* lainnya.

Penelitian ini merupakan *replikasi* dari (Maysharah,2018) dengan melakukan penelitian terhadap Pengaruh Kepercayaan Dan Teknologi Terhadap Kinerja Operasional Dengan Kolaborasi Rantai Pasok Sebagai Variabel *Intervening* (Studi pada Perusahaan Manufaktur di Indonesia) menunjukkan hasil bahwa Kepercayaan berpengaruh positif terhadap Kinerja Operasional dan Kolaborasi Rantai Pasok berpengaruh positif terhadap Kinerja Operasional, akan tetapi dalam penelitian tersebut tidak ada inovasi. Peneliti tertarik untuk mengkaji ulang penelitiannya, namun dengan sedikit modifikasi dari variabelnya, dengan penambahan variabel inovasi produk serta menghilangkan *intervening* pada variabel kolaborasi rantai pasok. Penelitian (Maysharah, 2018) mengambil objek pada Perusahaan Manufaktur di Indonesia, sedangkan objek peneliti adalah pada *Coffee Shop* di Yogyakarta. Berdasarkan latar belakang dan fenomena yang telah diuraikan

diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul **“Pengaruh Kepercayaan, Kolaborasi Rantai Pasokan, Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Operasional Perusahaan (Studi pada *Coffee Shop* di Yogyakarta).”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dijelaskan, maka peneliti mengidentifikasi rumusan masalah:

1. Apakah Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Operasional Perusahaan?
2. Apakah Kolaborasi Rantai Pasok berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Operasional Perusahaan?
3. Apakah Inovasi Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Operasional Perusahaan?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, dapat ditentukan tujuan bagi penelitian ini yaitu untuk :

1. Menganalisis pengaruh Kepercayaan terhadap Kinerja Operasional Perusahaan.
2. Menganalisis pengaruh Kolaborasi Rantai Pasok terhadap Kinerja Operasional Perusahaan.
3. Menganalisis pengaruh Inovasi Produk terhadap Kinerja Operasional Perusahaan.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah, dan tujuan penelitian di atas, maka manfaat penelitian adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan bagi pembaca dan diharapkan menjadi penguat penelitian mengenai kinerja operasional perusahaan.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi bagi pihak *Coffee Shop* dalam meningkatkan kinerja operasional perusahaan. Dan diharapkan menjadi pedoman untuk penelitian selanjutnya. Penelitian ini memberikan manfaat yang dapat diambil melalui keberhasilan produk yang berkualitas mempengaruhi kinerja operasional perusahaan yang ada didalamnya. Penelitian ini dibuat sebagai syarat untuk mendapatkan gelar sarjana.