

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Seiring dengan berkembangnya zaman yang semakin modern, maka persaingan di dunia bisnis semakin pesat. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya produk baru yang terus bermunculan, banyaknya produk dengan beragam bentuk dan ukuran yang menarik perhatian konsumen. Selain itu, permintaan pasar yang berfluktuasi dan tuntutan konsumen terhadap produk yang berkualitas, murah, dan cepat juga menjadi tantangan bagi pelaku usaha. Sehingga mereka harus menemukan cara terbaik dalam memproduksi dan mendistribusikan produk yang berkualitas kepada konsumen secara efektif dan efisien. 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 unggul.

Dalam upaya untuk memenuhi permintaan konsumen maka perusahaan dapat menerapkan beberapa cara yaitu, mengelola rantai pasokan, menentukan strategi keunggulan bersaing, dan memberikan informasi yang berkualitas. Dengan begitu selain dapat memenuhi target penjualan maka perusahaan juga dapat memenuhi permintaan konsumen yang beragam, juga dapat mengetahui produk-produk yang disukai oleh konsumen.

Manajemen rantai pasokan adalah metode untuk merampingkan integrasi pemasok, manufaktur, dan penyimpanan gudang barang sehingga barang diproduksi dan dipasok dalam jumlah yang tepat, di lokasi yang tepat, pada waktu yang tepat, untuk mengurangi biaya, dan untuk memuaskan pelanggan. (Simchi Levi, 2000).

Keputusan mengenai transportasi vendor, metode pembayaran yang dapat diterima, pemasok, bank & distributor, hutang & piutang, tingkat pergudangan & persediaan, berbagi informasi & pemenuhan pesanan klien, perkiraan, dan produksi semuanya diperlukan untuk rantai pasokan (Heizer & Render, 2020). Sebuah perusahaan dapat menciptakan keunggulan kompetitif jangka panjang melalui manajemen rantai pasokan untuk berkembang dalam kondisi ekonomi yang menantang.

Zulkarnain (2018) mengklaim bahwa manajemen rantai pasokan adalah koordinasi tugas bisnis strategis di dalam suatu organisasi dengan tujuan mengintegrasikan manajemen rantai pasokan dan permintaan. Untuk memproduksi dan mendistribusikan barang dalam jumlah yang tepat, pada waktu yang tepat, dan di lokasi yang tepat serta memotong biaya dan memenuhi kebutuhan konsumen dengan tingkat layanan yang tepat, manajemen rantai pasokan adalah strategi yang secara efektif mengintegrasikan pemasok, manufaktur, dan Gudang hingga penyerahan barang kepada konsumen akhir (Simchi Levi, 2000)

Supply Chain Management juga mengacu pada koordinasi semua aktivitas rantai pasokan, mulai dari pengadaan bahan baku hingga kepuasan pelanggan. Akibatnya, rantai pasokan terdiri dari pemasok (perusahaan manufaktur atau penyedia layanan) dan distributor, grosir atau pengecer yang memberikan barang atau jasa kepada konsumen akhir. Tujuan dari manajemen rantai pasokan adalah untuk mengkoordinasikan kegiatan untuk meningkatkan keunggulan kompetitif dan manfaat rantai pasokan bagi konsumen akhir (Heizer & Render, 2020). Suhong Li et al (2006) Indikator keberhasilan manajemen rantai pasokan dapat dilihat dari 3 indikator, yaitu: *Strategic supplier partnership*, *Customer Relationship*, dan *information Sharing*.

Ada beberapa kesalahan yang tidak disadari oleh perusahaan, yaitu tidak menyediakan informasi yang akurat kepada para konsumen. Hal ini mengakibatkan konsumen ragu akan kualitas produk, karena tidak bisa membedakan nilai atau manfaat produk secara jelas. Untuk memudahkan konsumen dalam membeli suatu produk maka perusahaan harus memberikan kemudahan dengan menyediakan informasi yang akurat dan mudah dipahami, dengan begitu maka resiko kesalahan dalam pembelian produk dapat dihindarkan.

Pembagian informasi (*Information sharing*) yang transparan dan akurat dapat mempercepat aktivitas rantai pasokan dari pemasok ke pasar atau pelanggan, menjadikannya komponen penting dari manajemen rantai pasokan. Selain itu memberikan informasi yang berkualitas akan berdampak pada persepsi konsumen dalam mempertimbangkan produk yang akan dibeli. Dengan adanya penyebaran informasi yang akurat maka perusahaan dapat membentuk hubungan jangka panjang (*long term relationship*) yang berkesinambungan antara semua pihak yang terlibat dalam *supply chain management*. Indikator pengukuran kualitas sistem dari DeLone & McLean (2003) yaitu: Akurat, relevan, kelengkapan dan mudah dimengerti.

Keunggulan bersaing 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 dari pada yang ditawarkan pesaing dengan manfaat yang sepadan atau membarikan manfaat unik yang lebih daripada sekedar mengimbangi harga yang lebih tinggi (Pujawan, 2017). Hal tersebut mengarah pada bagaimana suatu organisasi dapat menciptakan produk yang

memberikan nilai lebih tinggi dari biaya yang dikeluarkan atau digunakan oleh konsumen, sehingga konsumen merasa bahwa dengan mengonsumsi produk tersebut, konsumen merasakan keuntungan yang lebih besar dari apa yang dia berikan

Untuk memperoleh keunggulan kompetitif, Hudia (2022) mengklaim bahwa salah satu strategi adalah berkonsentrasi pada pengurangan biaya produksi suatu barang ke tingkat serendah mungkin sambil tetap dapat memenuhi permintaan klien. Ini dapat dicapai dengan menerapkan manajemen rantai pasokan untuk bisnis. Rantai pasokan perusahaan adalah komponen penting, dan memerlukan manajemen yang cermat. Setiap manajer perusahaan harus dapat merencanakan, menerapkan, dan mengawasi proses manajemen rantai pasokan dalam situasi ini.

Organisasi menggunakan keunggulan kompetitif untuk mencapai tujuan kinerja yang diproyeksikan untuk membantu organisasi memenangkan persaingan (Firmandani, 2019). Keunggulan bersaing dapat diukur dengan 5 indikator yaitu harga, kualitas, inovasi produk, *time to market* dan *delivery dependability*.

Kinerja perusahaan adalah sejauh mana perusahaan berhasil melaksanakan tugas atau tugas yang menjadi kewenangannya dalam rangka memaksimalkan pencapaian visi, misi, dan tujuan yang telah ditetapkan perusahaan. Kinerja perusahaan dapat dievaluasi dengan membandingkan keberhasilan dengan tujuan atau dengan kinerja bisnis lain yang beroperasi di sektor yang sama (Firmandani, 2019).

Kinerja dan keunggulan kompetitif perusahaan dengan pasokan barang yang tepat dan terintegrasi akan mempengaruhi penggunaan dan optimalisasi rantai pasokan yang tepat. Perusahaan harus selalu datang dengan taktik baru untuk tetap kompetitif dan menguasai pasar dan memenuhi maksud dan tujuan mereka. Dengan memilih

strategi rantai pasok terbaik, kinerja perusahaan dapat meningkat. Suhong Li et al (2006), menegaskan bahwa metrik untuk kinerja keuangan dan operasional dapat digunakan untuk menilai kinerja perusahaan.

Kota Yogyakarta merupakan salah satu kota yang wajib untuk dikunjungi karena memiliki beragam destinasi wisata dan kisah bersejarah yang menarik. Selain memiliki pemandangan yang indah Kota Yogyakarta juga memiliki pusat-pusat kerajinan kreatif, seperti kerajinan gerabah di Desa Kasongan Bantul, kerajinan perak di Kotagede, kerajinan tenun di Desa Gamplong, kerajinan kulit di Desa Manding, kerajinan kayu, dan masih banyak yang lainnya.

Salah satu jenis kerajinan yang terus berkembang di daerah Yogyakarta yaitu kerajina gerabah yang terletak di Desa Kasongan, Bantul. Kerajinan gerabah merupakan warisan turun temurun yang sudah berdiri sejak lama dan masih terus berkembang hingga saat ini. Dalam pembuatannya industri kerajinan ini juga masih menggunakan alat-alat dan tempat pembakaran yang masih tradisional. Alat dan bahan baku yang diperlukan dalam membuat kerajinan gerabah adalah tanah liat, kaolin, kayu penggiling, meja putar.

Produk yang dihasilkan oleh industri ini sangatlah beragam, mulai dari kendi, piring dan sebagainya. Karena peminat produk gerabah kasongan tidak hanya masyarakat kota Yogyakarta tetapi juga pelanggan diluar kota bahkan hingga luar negeri maka produk ini mudah ditemui secara *online* maupun *offline*. Tingginya daya beli produk ini mengakibatkan munculnya pesaing yang bergerak dibidang yang sama. Hal ini memicu para pelaku industri untuk terus berinovasi dan mengembangkan produk dengan ukuran dan manfaat yang beragam.

Semakin berkembangnya UMKM di daerah Yogyakarta ditunjukkan dengan munculnya pesaing usaha dengan berbagai macam produk dan inovasi yang beragam. Inovasi yang dilakukan oleh pelaku industri tidak hanya gerabah tetapi juga mengembangkan produk kerajinan dari bahan selain tanah liat seperti batok kelapa, bambu, rotan, kayu, batu, dan lain-lain. Jenisnya tak kalah beragam, berupa perabotan rumah tangga seperti gelas, talenan, dan pisau serta hiasan sampai tas dan keranjang. Untuk menghadapi persaingan yang semakin ketat maka pelaku industri pun tidak hanya melakukan inovasi tetapi juga harus menjaga kualitas dan kuantitas, serta menjaga ciri khas produk yang dijual, hal ini agar konsumen merasa puas dan menjadi loyal pada produk yang dihasilkan oleh industri gerabah khas kasongan.

Manajemen rantai pasokan merupakan salah satu cara yang perlu diterapkan oleh pelaku industri untuk menjaga kualitas produk yang dijualnya. Hal ini karena *supply chain management* merupakan integrasi antara pemasok (*supplier*) kepada produsen, produsen kepada distributor, dan distributor ke konsumen. Dengan menggunakan *supply chain management* proses dari hulu hingga hilir dapat dikendalikan, selain itu kualitas produk dapat dengan mudah dikontrol sehingga barang dapat diproduksi dalam jumlah yang tepat, waktu yang tepat, dan pada lokasi yang tepat sehingga dapat meminimalisir biaya (biaya pesanan, biaya penyimpanan, biaya bahan baku, biaya transportasi dan lain-lain) dan memberikan kepuasan kepada pelanggan.

Penelitian *Supply Chain Management* yang dilakukan Suhong Li et al (2006) (Firmandani, 2019), Maulana Zulkarnain (2018) dan Hudia (2022). Menyatakan praktik manajemen rantai pasokan memiliki dampak yang menguntungkan dalam meningkatkan keunggulan kompetitif dan meningkatkan kinerja perusahaan, menurut penelitian

tentang dampak praktik *supply chain management* terhadap keunggulan bersaing dan kinerja kompetitif perusahaan.

Penelitian serupa pernah dilakukan oleh Sera Maya Santi pada tahun 2018 dengan judul penelitian “*Pengaruh Supply Chain Management (SCM)* terhadap Keunggulan bersaing dan Kinerja Perusahaan pada UMKM Industri Kuliner Kabupaten Sleman. Berdasarkan temuan penelitian, manajemen rantai pasok memiliki dampak yang signifikan dan menguntungkan bagi UMKM di sektor kuliner di Kabupaten Sleman, yang keduanya akan dapat meningkatkan keunggulan kompetitif perusahaan dan meningkatkan kinerja organisasi baik dari kinerja keuangan maupun kinerja operasional. Meningkatnya keunggulan bersaing perusahaan dapat mempengaruhi *supply chain management* terhadap keberhasilan perusahaan dalam meningkatkan kinerja perusahaan.

Hingga saat ini bisnis UMKM di Yogyakarta telah memberikan kontribusi yang baik dalam dunia perdagangan, tidak hanya industri yang telah lama berproduksi tetapi juga industri baru yang terus bermunculan. Pada kenyataannya semua bidang industri dan usaha tidak bisa menghindari penerapan *supply chain management* untuk keberlangsungan usahanya, dan untuk mendukung kelancaran usaha maka diperlukan strategi yang baik untuk memenangkan pangsa pasar, yaitu dengan cara menentukan komponen keunggulan produk dan juga memberikan informasi yang akurat, baik kepada konsumen maupun mitra usaha, sehingga mampu mencapai kinerja organisasi yang maksimal baik secara finansial maupun operasional.

Dari latar belakang ini, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Manajemen rantai Pasokan dan Kualitas Informasi terhadap Kinerja

Perusahaan dengan dimediasi oleh Keunggulan Bersaing (Studi pada UMKM/ Industri Gerabah di Desa Kasongan Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta)”.
Gerabah di Desa Kasongan Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta)”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan maka perumusan masalah yang akan di bahas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah manajemen rantai pasokan berpengaruh terhadap kinerja perusahaan pada UMKM Gerabah di Desa Kasongan Bantul, Yogyakarta?
2. Apakah kualitas informasi berpengaruh terhadap kinerja perusahaan pada UMKM Gerabah di Desa Kasongan Bantul, Yogyakarta?
3. Apakah keunggulan bersaing berpengaruh terhadap kinerja perusahaan pada UMKM Gerabah di Desa Kasongan Bantul, Yogyakarta?
4. Apakah manajemen rantai pasokan berpengaruh terhadap Keunggulan bersaing pada UMKM Gerabah di Desa Kasongan Bantul, Yogyakarta?
5. Apakah Kualitas informasi berpengaruh terhadap Keunggulan bersaing pada UMKM Gerabah di Desa Kasongan Bantul, Yogyakarta?
6. Apakah manajemen rantai pasokan berpengaruh terhadap kinerja perusahaan pada UMKM Gerabah di Desa Kasongan Bantul, Yogyakarta yang dimediasi oleh keunggulan bersaing?
7. Apakah kualitas informasi berpengaruh terhadap kinerja perusahaan pada UMKM Gerabah di Desa Kasongan Bantul, Yogyakarta yang dimediasi oleh keunggulan bersaing?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan di atas dapat dirumuskan tujuan penelitian ini adalah:

1. Menganalisis pengaruh manajemen rantai pasokan terhadap kinerja perusahaan pada UMKM Gerabah di Desa Kasongan Bantul, Yogyakarta.
2. Menganalisis pengaruh kualitas informasi terhadap kinerja perusahaan pada UMKM Gerabah di Desa Kasongan Bantul, Yogyakarta.
3. Menganalisis pengaruh keunggulan bersaing terhadap kinerja perusahaan pada UMKM Gerabah di Desa Kasongan Bantul, Yogyakarta.
4. Menganalisis pengaruh manajemen rantai pasokan terhadap Keunggulan bersaing pada UMKM Gerabah di Desa Kasongan Bantul, Yogyakarta.
5. Menganalisis pengaruh Kualitas informasi terhadap Keunggulan bersaing pada UMKM Gerabah di Desa Kasongan Bantul, Yogyakarta.
6. Menganalisis pengaruh manajemen rantai pasokan terhadap kinerja perusahaan pada UMKM Gerabah di Desa Kasongan Bantul, Yogyakarta melalui keunggulan bersaing.
7. Menganalisis pengaruh kualitas informasi terhadap kinerja perusahaan pada UMKM Gerabah di Desa Kasongan Bantul, Yogyakarta melalui keunggulan bersaing.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan penelitian di atas dapat dirumuskan manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya demi mengembangkan ilmu pengetahuan pada umumnya dan bidang manajemen operasional pada khususnya.

2. Manfaat Praktis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu dan pemahaman mengenai pengaruh Manajemen rantai pasokan, keunggulan bersaing dan kualitas informasi terhadap kinerja perusahaan dan mampu mengimplementasikan ilmu yang telah diperoleh selama menempuh Pendidikan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai pengaruh Manajemen rantai pasokan, keunggulan bersaing dan kualitas informasi terhadap kinerja perusahaan.