

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan dan kemajuan ilmu pengetahuan belakangan ini menyebabkan terjadinya perubahan-perubahan dalam segala sektor usaha, dimana perubahan-perubahan ini terjadi sejalan dengan perkembangan dan kemajuan dari ilmu pengetahuan itu sendiri. Demikian pula di dalam dunia usaha yang pada dewasa ini menunjukkan kemajuan usaha yang semakin pesat. Persaingan yang terjadi menuntut para pengusaha untuk berlomba-lomba memenuhi permintaan pelanggan. Oleh karena itu manajemen perusahaan diharapkan dapat menciptakan sendiri kenaikan pangsa pasar demi tujuan meningkatkan produktivitas, efisiensi, pelayanan yang cepat, mudah dan terus menciptakan inovasi baru demi bertahan dan unggul dalam dalam persaingan pasar. Menurut Pujawan dan Mahendrawati Dalam Ariani, 2013 menjelaskan bahwa pentingnya peran semua pihak mulai dari *Supplier, Manufacture, Distributor, Retailer, dan Customer* dalam menciptakan produk yang murah, berkualitas dan cepat inilah yang kemudian melahirkan konsep baru yaitu *Supply Chain Management*.

Menurut Indrajit dan Djokopranoto Dalam Ariani 2015 istilah *Supply Chain* pertama kali digunakan oleh konsultan logistik sekitar tahun 1980-an, kemudian oleh akademisi dianalisis lebih lanjut pada tahun 1990-an, maka lahirlah konsep *Supply Chain Management*. *Supply Chain Management* sendiri merupakan suatu pendekatan yang digunakan untuk mencapai pengintegrasian berbagai organisasi yang lebih efisien dari *Supplier, Manufaktur, Distributor, Retailer, dan Customer*. Artinya barang diproduksi dalam jumlah yang tepat, pada saat yang tepat dan pada tempat yang tepat dengan tujuan mencapai *cost* dari sistem secara keseluruhan yang minimum dan juga mencapai *service level* yang diinginkan (Levi, 2000). Tujuan *Supply Chain Management* menurut Chopra dan Meindl 2004 yaitu untuk meminimalkan biaya keseluruhan (biaya

pemesanan, biaya penyimpanan, biaya bahan baku, biaya transportasi dan lain-lain).

Dari definisi dan tujuan dari *Supply Chain Management* tentunya akan banyak melibatkan mitra kerja baik di dalam maupun diluar perusahaan. Untuk dapat menjalin hubungan yang baik dengan mitra kerja dalam penerapan *Supply Chain Management* perlu adanya Pembagian informasi. Menurut Miguel dan Brito 2011, Pembagian informasi adalah aliran informasi secara terus menerus antara mitra kerja baik formal maupun informal dan berkontribusi untuk suatu perencanaan serta pengawasan yang lebih baik dalam sebuah rangkaian. Pembagian informasi adalah intensitas dan kapasitas perusahaan dalam interaksinya untuk saling berbagi informasi kepada partner berkaitan dengan strategi-strategi bisnis bersama. Pembagian informasi juga memungkinkan anggota rantai pasok untuk mendapatkan, menjaga, dan menyampaikan informasi yang dibutuhkan untuk memastikan pengambilan keputusan menjadi efektif, dan merupakan faktor yang mampu mempererat elemen-elemen kolaborasi secara keseluruhan oleh karena itu kemacetan industri dapat dikurangi dengan adanya Pembagian informasi. Simatupang & Sridharan Dalam Fitrianto dan Sudaryanto 2016.

Hubungan dengan pihak ketiga tidak serta merta mengandalkan hanya dengan Pembagian informasi saja, selain untuk menjaga komunikasi agar tetap lancar dan juga agar kinerja *Supply Chain* semakin efektif perlu adanya upaya untuk menjaga hubungan jangka panjang dengan pihak ketiga. Menurut Indriani 2006, hubungan jangka panjang adalah kemampuan perusahaan untuk menjalin hubungan jangka panjang dengan pemasok karena perusahaan menganggap hubungan tersebut akan mendatangkan keuntungan biaya. Adanya hubungan jangka panjang dengan mitra perusahaan mutlak diperlukan agar dapat terjalin saling pengertian dan memahami kebutuhan masing masing pihak sehingga dapat menghasilkan kepercayaan dan komitmen demi mendukung peningkatan keuntungan kedua pihak.

Dalam *Supply Chain* terdapat berbagai proses kerja sama yang dilakukan oleh perusahaan yaitu dengan *Supplier* dan pembeli, kerja sama tersebut apabila dikelola dengan baik akan dapat mengoptimalkan tujuan perusahaan untuk mencapai profit namun sebaliknya, jika kerjasama tersebut tidak dikelola dengan baik maka perusahaan akan mengalami kesulitan dalam proses kerja sama yang akan menimbulkan kerugian. Kerjasama perusahaan dengan berbagai pihak menunjukkan Proses integrasi yang dilakukan, menurut Hamidin dan Suhendro Dalam Ariani 2013, integrasi merupakan penggabungan bagian-bagian atau aktifitas-aktifitas hingga membentuk keseluruhan, integrasi dapat meningkatkan hubungan disetiap rantai nilai, memfasilitasi pengambilan keputusan, memungkinkan terjadinya penciptaan nilai dan proses transfer dari *Supplier* sampai ke pelanggan akhir untuk mengoperasikan aliran informasi, pengetahuan, peralatan dan aset fisik.

Dalam penelitian ini yang menjadi obyek penelitian adalah gerai Alfamidi milik PT. Midi Utama Indonesia cabang Semarang yang merupakan perusahaan retail waralaba terbesar di seluruh Indonesia. Gerai Alfamidi berperan sebagai retail dalam rantai pasokan (*supply chain*) yang langsung berhubungan dengan konsumen untuk memenuhi kebutuhan dan permintaan konsumen di pasar. Dalam pengamatan yang penulis lakukan terdapat beberapa masalah yang timbul di gerai Alfamidi terutama masalah dalam hal pasokan barang/produk, seringkali pasokan barang/produk ini mengalami keterlambatan pengiriman yang menimbulkan konsumen beralih ke gerai lain selain Alfamidi. Masalah tersebut menyebabkan ancaman terhadap peluang pasar dan menurunkan daya saing perusahaan. Menurut Pearce dan Robinson dalam Ariani 2013, industri membutuhkan strategi yang sesuai untuk dapat bertahan di pasar, dapat menghadapi persaingan, ancaman, dan peluang pasar. Kinerja *Supply Chain* dalam perusahaan diperlukan agar dapat bertahan dalam persaingan pasar yang semakin ketat, melalui *Supply Chain Management* perusahaan menciptakan strategi daya saingnya sendiri membentuk citra yang baik bukan hanya pada

konsumen saja namun pada pihak *Supplier* dan pihak-pihak yang terlibat dalam pangsa pasar.

Tabel 1.1
Daftar Kotak Saran Gerai Alfamidi di Kota Semarang

No	Dimensi Aspek Pada Gerai	Keluhan/Kotak Saran
1.	Aspek Pelayanan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Alfamidi memberikan pelayanan 24 jam, namun pada kenyataan Alfamidi tidak buka 24 jam. 2. Kekurangan petugas, sehingga pada saat pelanggan membutuhkan informasi kesulitan mencari petugas 3. Banyak konsumen yang merasa kekurangan informasi mengenai barang yang dijual
2.	Aspek Fasilitas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Produk kurang lengkap karna sering terlambat 2. Fasilitas kasir yang kurang memadai, sehingga proses pembayaran kurang efektif 3. Fasilitas yang kurang dirawat secara berkala sehingga banyak yang rusak

Persaingan antar perusahaan di pangsa pasar memang tidak bisa dielakan lagi karena setiap perusahaan berusaha untuk memenuhi permintaan pasar. Untuk itu perusahaan harus memiliki strategi untuk meningkatkan kinerja *Supply Chain Management* agar perusahaan mampu bertahan dalam persaingan. *Kinerja Supply Chain* sendiri tidak menutup kemungkinan dipengaruhi oleh faktor lain karena dalam penerapannya terdapat proses-proses yang melibatkan perusahaan dengan mitra kerja formal dan informal. Faktor-faktor yang menurut penulis dapat

mempengaruhi kinerja *Supply Chain* management perusahaan adalah Pembagian Informasi, Hubungan Jangka Panjang dan Proses Integrasi

Tabel 1.2

Jumlah Gerai Ritel Modern Alfamidi Tahun 2015-2019

Ritel Modern	2015	2016	2017	2018	2019
Alfamidi	10.263	11.753	12.266	14.750	16.000

Perusahaan yang akan diamati kinerja *Supply Chain Management* oleh penulis adalah PT. Midi Utama Indonesia Cabang Semarang. PT. Midi Utama Indonesia membuka gerai pertama pada tahun 2007 yang diberi Nama Gerai Alfamidi, sejalan dengan perkembangan toko, perusahaan tertarik untuk mendalami perilaku berbelanja masyarakat. Seiring berjalan waktu Gerai Alfamidi terus bertambah tidak hanya di sekitar perumahan namun mulai merambah perkantoran, tempat wisata, apartemen dll. Saat ini Alfamidi berkembang sangat pesat dengan jumlah gerai mencapai 16.000 gerai yang terdiri dari 40% gerai terwaralaba dan 60% gerai milik perusahaan, pasokan seluruh gerai terdiri dari 33 pusat distribusi yang menyediakan lebih dari 5000 jenis produk.

Tabel 1.3

Hasil Kinerja Ritel Alfamidi Tahun 2018-2019

No	Kinerja Ritel	2018	2019	keterangan
1	Penjualan	56,10 Triliun	61,46 Triliun	Naik 10%
2	Keuntungan	553,83 Miliar	275,73 Miliar	Turun 54%

Anjloknya Laba PT. Midi Utama disebabkan meningkatnya beban penjualan dan administrasi hingga 16% dari 8,93 Triliun menjadi 10,34 Triliun. Beban Terbesar disumbang dari gaji, upah dan kesejahteraan karyawan sebesar 696,52 Miliar. Pentingnya *Supply Chain Management* dalam suatu perusahaan agar

suatu perusahaan terutama Alfamidi dapat meneruskan bisnis ritelnya untuk dapat meningkatkan keuntungan sebesar-besarnya serta menekan adanya pengeluaran sekecil-kecilnya

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas maka permasalahan pada penelitian ini adalah:

1. Apakah Pembagian Informasi berpengaruh positif terhadap Kinerja *Supply Chain Management* perusahaan?
2. Apakah Hubungan Jangka Panjang berpengaruh positif terhadap Kinerja *Supply Chain Management* perusahaan?
3. Apakah Proses Integrasi berpengaruh positif terhadap Kinerja *Supply Chain Management* perusahaan?

1.3 Tujuan Dan Kegunaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas dapat diketahui tujuan dari penelitian adalah sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis pengaruh Pembagian Informasi terhadap Kinerja *Supply Chain Management* perusahaan.
2. Untuk menganalisis pengaruh Hubungan Jangka Panjang terhadap Kinerja *Supply Chain Management* perusahaan.
3. Untuk menganalisis pengaruh Proses Integrasi terhadap Kinerja *Supply Chain Management* perusahaan.

1.4 Sistematika Penelitian

Untuk memberikan gambaran dan penjelasan secara lengkap dan jelas tentang penelitian yang akan dilakukan di gerai Alfamidi, dibuatlah suatu sistematika penelitian penulisan yang berisi informasi mengenai hal-hal yang akan di bahas tiap-tiap bab:

Bab 1: Pendahuluan

Membahas tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian serta sistematika penulisan.

Bab 2: Tinjauan Pustaka

Dalam bab ini menjelaskan tentang pengertian prestasi kerja, kompensasi, beban kerja, lingkungan kerja, promosi jabatan, hubungan logis antara variabel dan perumusan hipotesis, hipotesis, dan kerangka pemikiran teoritis.

Bab 3: Metodologi Penelitian

Dalam bab ini menjelaskan tentang populasi dan sampel, variable dan indikator penelitian, metode pengumpulan data, dan teknik analisis.

Bab 4: Hasil dan Pembahasan

Sedangkan pada bab empat berisi tentang hasil penelitian secara sistematis kemudian dianalisis dengan teknik analisis yang di tetapkan dan selanjutnya dilakukan pembahasan tentang hasil analisis tersebut

Bab 5: Penutup

Dan bab lima ini berisi tentang kesimpulan atas hasil penelitian dan saran yang diberikan, berkaitan dengan hasil penelitian