

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perkembangan industri terus berjalan dan berkembang seiring dengan munculnya teknologi. Kemunculan teknologi dapat memperketat persaingan sehingga perusahaan harus dapat menyesuaikan diri. Perusahaan harus mampu mengikuti pergerakan pasar yang sangat dinamis dengan menyusun strategi sesuai dengan kebutuhan perusahaan. Menurut Wheelen dan Hunger (2000) dalam Shavarini *et al.* (2013), strategi adalah rencana yang komprehensif untuk mencapai tujuan dan misi perusahaan.

Semakin banyaknya industri yang muncul membuat masing - masing perusahaan hendak merencanakan strategi yang baik dan tepat. Strategi dapat mengenai inovasi yang harus dilakukan, baik dalam jangka pendek maupun panjang, kemudian juga mengenai produksinya, harus memiliki kualitas dan keunggulan dibandingkan para pesaing, lalu dari segi penjualan, apakah diterima masyarakat atau tidak, serta masih banyak hal lain yang harus diperhatikan dan bersifat sangat kompleks. Shavarini *et al.* (2013) menyatakan bahwa strategi bisnis adalah cara dimana perusahaan dapat meraih keunggulan kompetitif. Maka, perusahaan harus bisa memahami strategi apa yang harus dilakukan agar dapat bertahan dan berkompetisi dengan perusahaan lain.

SCM adalah sistem rantai pasok yang dimulai dari pemasok yang menyiapkan bahan baku, hingga terjadi kegiatan produksi, sampai menjadi produk jadi yang siap digunakan pelanggan. Menurut Hofmann (2010) dalam Loureiro *et al.* (2015), menyatakan bahwa para peneliti sekarang ini menunjukkan bahwa SCM dapat dianggap sebagai kunci sumber daya bagi perusahaan untuk mendapatkan kinerja yang unggul secara global. SCM sangat membantu terutama bagi perusahaan manufaktur untuk mengontrol produksi perusahaan demi terciptanya produk yang berkualitas. Kumar dan Nambirajan (2013) dalam Assrar Sabry (2015), menyatakan bahwa SCM merupakan sesuatu yang kompleks, serta penentu bagi keberhasilan maupun kegagalan suatu perusahaan manufaktur. Maka dari itu, SCM merupakan hal yang patut diperhatikan dalam perusahaan manufaktur. SCM akan terus berkembang dan dibutuhkan oleh setiap perusahaan manufaktur, dimana hal ini penting untuk dipelajari dan dipahami agar dapat mengaplikasikan secara tepat.

Perusahaan manufaktur merupakan badan usaha yang menggunakan mesin, peralatan, maupun tenaga kerja terlatih untuk menghasilkan suatu produk jadi yang berasal dari bahan - bahan mentah sebelumnya. Perusahaan manufaktur terdiri dari beberapa macam seperti, perusahaan manufaktur tekstil dan garmen, perusahaan manufaktur otomotif, perusahaan manufaktur elektronik, dan perusahaan manufaktur makanan dan minuman yang termasuk dalam *fast moving consumer goods*.

Perusahaan *fast moving consumer goods* yang disingkat FMCG adalah sebuah industri yang memproduksi produk *non-durable* karena bersifat tidak tahan

lama serta diperlukan oleh konsumen untuk digunakan sehari - hari. Hal ini dikarenakan jangka waktu sekarang - kurangnya konsumen akan membeli jenis produk FMCG dalam sebulan sekali. Jenis produk FMCG yaitu produk perawatan diri, produk perawatan perlengkapan rumah tangga, serta produk makanan atau minuman.

Pada penelitian terdahulu yang dibuat oleh Mallikarathna dan Silva (2019) dengan judul “*The Impact of Green Supply Chain Management Practices on Operational Performance and Customer Satisfaction*”, penelitian tersebut dilakukan dengan melibatkan 94 manajer pada perusahaan manufaktur untuk menjadi responden. Berdasarkan hasil penelitian tersebut, ditemukan pengaruh signifikan dari penerapan *Green Supply Chain Management* (GSCM) terhadap kinerja operasional pada seluruh dimensi yang diteliti. Dimensi tersebut mengenai *flexibility, delivery, quality, dan cost*. Kemudian, dari keempat dimensi tersebut diteliti mengenai pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan. Hasilnya, hanya ada 2 dimensi yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu dimensi *flexibility* dan *delivery*. Dalam penelitian ini, pengaruh seperti itu akan diteliti pada PT Mayora Indah Tbk (Pusat) yang merupakan salah satu perusahaan FMCG di Indonesia. Namun, pada penelitian ini dimodifikasi oleh penulis yaitu variabel GSCM menjadi SCM, lalu untuk kinerja operasional tidak terbagi dalam 4 dimensi, tetapi menjadi satu kesatuan. Maka, 4 dimensi tersebut langsung disatukan dan menjadi variabel kinerja operasional.

PT Mayora Indah Tbk telah berdiri sejak tahun 1977 dengan memiliki pabrik pertama yang berlokasi di Tangerang. Saat itu, PT Mayora Indah Tbk hanya

memiliki target pasar di Jakarta dan sekitarnya saja. Namun saat ini, PT Mayora Indah Tbk berhasil melebarkan pangsa pasarnya hingga 5 benua di dunia. Kegiatan usaha dari PT Mayora Indah Tbk secara umum dikategorikan menjadi 2 yaitu makanan olahan dan minuman olahan.

Sebagai salah satu perusahaan FMCG, PT Mayora Indah Tbk menunjukkan kualitas perusahaan yang terus berkembang, dan terbukti atas keberhasilannya memperoleh beberapa penghargaan seperti "*Top Five Best Managed Companies in Indonesia*" dari Asia Money, "*Top 100 Exporter Companies in Indonesia*" dari majalah SWA, "*Top 100 Public Listed Companies*" dari majalah Investor Indonesia, dan "*Best Manufacturer of Halal Products*" dari Majelis Ulama Indonesia. Informasi tersebut diperoleh dari *website* resmi dari PT Mayora Indah Tbk.

Berdasarkan pemaparan tersebut, PT Mayora Indah Tbk mampu mengelola perusahaan dengan baik karena mampu berkembang dan menerima beberapa penghargaan. Sebagai FMCG di Indonesia yang notabene merupakan perusahaan manufaktur, PT Mayora Indah Tbk harus menerapkan SCM secara tepat agar perusahaan terus berkembang. Menurut Loureiro *et al.* (2015), SCM dapat menjadi keunggulan kompetitif jika dikombinasikan dengan sumber daya dan kemampuan diseluruh rantai pasok. Selain itu, Menurut Ou *et al.* (2010) dalam Haque *et al.* (2013), menyatakan bahwa implementasi SCM yang sukses dalam perusahaan dapat memberikan kontribusi positif dalam peningkatan kinerja operasional perusahaan, kepuasan pelanggan, dan kinerja keuangan perusahaan. Maka, berdasar

uraian di atas, penulis merasa tertarik dan ingin mengetahui pengaruh SCM pada suatu perusahaan manufaktur dalam kinerja operasional serta kepuasan pelanggan.

Penulis memilih PT Mayora Indah Tbk (Pusat) yaitu sebuah perusahaan *Fast Moving Consumer Goods* (FMCG) yang memiliki kantor pusat di Kalideres, Kota Jakarta Barat dan telah memiliki pasar di dalam dan luar negeri untuk diteliti perihal pengaruh penerapan SCM bagi kinerja operasional dan kepuasan pelanggan. Penulis merasa bahwa kinerja operasional dan kepuasan pelanggan adalah hal yang harus diperhatikan agar suatu perusahaan dapat terus berjalan dan berkembang. Menurut Ou *et al.* (2010) dalam Haque *et al.* (2013), menyatakan bahwa SCM telah dianggap sebagai salah satu cara paling efektif bagi perusahaan untuk meningkatkan keunggulan kompetitifnya. Maka, agar perusahaan dapat meningkatkan keunggulan kompetitifnya, perusahaan perlu memperhatikan kinerja operasional supaya memiliki kemampuan daya saing yang patut diperhitungkan di pasar, sementara kepuasan pelanggan adalah hal yang sangat penting untuk menilai suatu produk yang dihasilkan oleh PT Mayora Indah Tbk (Pusat). Apabila pelanggan puas dengan produknya, hal tersebut menunjukkan PT Mayora Indah Tbk (Pusat) telah berhasil menghasilkan produk yang berkualitas serta sesuai dengan harapan pasar.

Berdasarkan latar belakang dan penelitian terdahulu yang telah dibahas, maka peneliti merasa tertarik untuk melakukan penelitian tentang Pengaruh Penerapan *Supply Chain Management* pada Perusahaan Manufaktur Spesifikasi *Fast Moving Consumer Goods* terhadap Kinerja Operasional serta Kepuasan Pelanggan dengan obyek penelitian PT Mayora Indah Tbk (Pusat).

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah disampaikan dalam latar belakang masalah, maka rumusan masalah yang disusun dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Apakah ada pengaruh SCM terhadap kinerja operasional PT Mayora Indah Tbk (Pusat)?
- b. Apakah ada pengaruh kinerja operasional terhadap kepuasan pelanggan PT Mayora Indah Tbk (Pusat)?

1.3. Batasan Penelitian

Agar penelitian ini lebih spesifik dan terfokus, serta untuk membatasi permasalahan yang akan diteliti, maka disusun batasan penelitian.

Batasan penelitian ini mencakup hal - hal sebagai berikut ini:

- a. Narasumber penelitian ini adalah pihak internal perusahaan PT Mayora Indah Tbk (Pusat) dari departemen *System Support* dalam seluruh divisinya dan Cipta Niaga Semesta (CNS) dalam divisi SCM saja yang sudah bekerja minimal 1 tahun. Pemilihan ini dilakukan dengan asumsi penulis dapat memperoleh informasi yang cukup mengenai SCM pada PT Mayora Indah Tbk (Pusat) karena dalam departemen *System Support* dan Cipta Niaga Semesta (CNS) terdapat pihak - pihak yang bertanggungjawab atas SCM perusahaan hingga pengiriman logistik kepada para pelanggan.
- b. Kinerja operasional pada penelitian ini didefinisikan sebagai kemampuan PT Mayora Indah Tbk (Pusat) mencapai target perusahaan,

Boyer dan Lewis (2002) dalam Haleem (2017) menemukan bahwa dalam kinerja operasional memiliki 4 dimensi yaitu:

- *Cost*, yang menunjukkan bahwa perusahaan mampu meminimalisir dan mengelola pengeluaran atau biaya secara efisien.
- *Quality*, yang menunjukkan perusahaan dapat memberikan produk yang berkualitas sesuai dengan harapan pelanggan sehingga dapat memberikan rasa puas kepada pelanggan.
- *Flexibility*, yang menunjukkan perusahaan mampu menghadapi atau merespon perubahan dengan cepat.
- *Delivery*, yang menunjukkan perusahaan memiliki kinerja pengiriman yang tepat waktu.

Namun, untuk penelitian ini akan langsung diteliti menjadi satu kesatuan yaitu kinerja operasional.

- c. Kepuasan pelanggan pada penelitian ini diartikan dengan kemampuan PT Mayora Indah Tbk (Pusat) membuat produk seperti harapan pelanggan, mengacu pada yang disampaikan Tjiptono (2009) dalam Indrasari (2019), bahwa indikator kepuasan pelanggan yaitu:

- Pelanggan yang puas akan merasa produk memiliki kesesuaian dengan harapannya.
- Menggunakan kembali produk tersebut.
- Pelanggan akan bersedia merekomendasikan produk kepada pihak lain.

Menurut Stopka *et al.* (2016) dalam Fernandes *et al.* (2018), kepuasan pelanggan sangat penting bagi perusahaan yang mencari keunggulan kompetitif, jika perusahaan tidak memenuhi harapan pelanggan maka dapat tergantikan oleh perusahaan lain.

1.4. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengidentifikasi, menguji, dan membuktikan pengaruh dari SCM terhadap kinerja operasional pada PT Mayora Indah Tbk (Pusat).
- b. Untuk mengidentifikasi, menguji, dan membuktikan pengaruh dari kinerja operasional terhadap kepuasan pelanggan pada PT Mayora Indah Tbk (Pusat).

1.5. Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk:

- a. Bagi Organisasi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi yang berguna sekaligus evaluasi bagi perusahaan apakah SCM yang diterapkan sudah tepat sehingga dapat berpengaruh terhadap kinerja operasional yang baik, serta pengaruh dari kinerja operasional tersebut terhadap kepuasan pelanggan.

b. Bagi Peneliti Lain

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi maupun bahan bacaan yang bermanfaat sehingga dapat memperdalam informasi dan pemahaman mengenai penelitian pengaruh penerapan SCM terhadap kinerja operasional serta kepuasan pelanggan, dan selanjutnya dapat dikembangkan agar dapat menjadi penelitian yang lebih baik dari sebelumnya.

1.6. Sistematika Penulisan

Skripsi ini terbagi ke dalam 5 Bab, gambaran perihal isi skripsi ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi tentang landasan teori yang mencakup teori - teori, dimana teori - teori tersebut memiliki keterkaitan dengan penelitian ini, kemudian kerangka pelitian, serta hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang desain atau bentuk penelitian, populasi dan sampel penelitian yang akan digunakan, metode pengambilan

sampel, metode pengumpulan dan pengukuran data, metode pengujian *instrument* serta metode analisis data yang digunakan.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang pembahasan rumusan masalah yaitu melakukan pengujian instrumen, analisis statistik deskriptif, analisis statistik deskriptif variabel, pengujian hipotesis, dan pembahasan hasil penelitian yang didapatkan dari responden.

BAB V PENUTUP

Bab ini merupakan bab terakhir yang berisi tentang kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan, implikasi manajerial, keterbatasan penelitian, serta saran untuk penelitian selanjutnya.

