

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era globalisasi seperti saat ini, persaingan dalam dunia bisnis dan ekonomi semakin kompetitif dan ketat. Perkonomian selalu mengalami perkembangan dan peningkatan seiring berjalannya waktu. Perkembangan bisnis global menjadi salah satu faktor meningkatnya ekonomi secara terus menerus. Sejalan dengan perkembangan ekonomi tersebut, banyak bisnis yang tumbuh dan berkembang sebagai tanggapan atas perkembangan perekonomian yang terjadi. Menyikapi dan memaknai hal tersebut, perusahaan harus bisa menghadapi perkembangan yang terjadi dengan menyusun strategi dan arah perkembangan yang jelas. Tujuannya tentu agar perusahaan dapat bertahan di tengah derasnya arus globalisasi serta memenangkan persaingan dalam pasar bisnis. Perkembangan bisnis secara signifikan juga akan mempengaruhi peningkatan permintaan konsumen. Permintaan konsumen akan barang dan jasa secara otomatis juga akan semakin meningkat. Perusahaan tentunya harus memiliki strategi yang unggul dibandingkan pesaing agar dapat memenuhi permintaan pasar yang ada. Perusahaan berlomba-lomba untuk meningkatkan keunggulannya dalam menghadapi pesaing yang semakin banyak dan luas.

Faktanya, saat ini banyak organisasi dan perusahaan menghadapi persaingan yang tinggi. Selain itu, lingkungan bisnis yang tidak stabil juga terjadi akibat dari inovasi teknologi dan perubahan kebutuhan pelanggan yang semakin intensif (Chaghooshi *et al.*, 2015). Persaingan bisnis yang semakin ketat menuntut para pelaku ekonomi terus mempertahankan tingkat produksi maksimum. Tujuan mempertahankan tingkat produksi adalah agar permintaan pada pasar tetap dapat terpenuhi secara maksimum. Inovasi produk dan layanan diperlukan agar perusahaan tetap dapat mempertahankan keunggulan

yang dimiliki serta tidak tertinggal dari pesaing. Strategi yang baik dan terencana dengan optimal diperlukan oleh perusahaan guna menciptakan keunggulan perusahaan yang dapat membuat perusahaan bertahan dipersaingan bisnis yang semakin sengit. Selain itu, keunggulan kompetitif juga menjadi salah satu aspek terpenting yang harus dipertahankan oleh perusahaan. Dengan kata lain, perusahaan harus memiliki kualitas dan nilai produk yang tinggi untuk dijadikan pondasi atau dasar bertahan di tengah persaingan bisnis dan ekonomi yang semakin tinggi.

Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat semacam itu, organisasi perlu bergerak cepat di bidang manufaktur, perakitan, distribusi dan pasokan (Fathian, 2007 dalam Chaghooshi *et al.*, 2015). Untuk meningkatkan fleksibilitas, efisiensi dan efektifitas, bentuk organisasi yang benar-benar baru harus dibuat seiring berkembangnya teknologi dan informasi. Saat ini persaingan muncul dalam segala aspek bisnis seperti kecepatan pengiriman atau layanan pelanggan, peningkatan kualitas produk, dan penurunan harga produk atau jasa. Rantai pasokan sendiri tidak akan mampu menghadapi situasi dengan tekanan yang besar tersebut tanpa dukungan dari faktor atau unsur bisnis lain. Seiring dengan perkembangan dunia bisnis, pendekatan rantai pasokan mulai berkembang dan berubah. Azar *et al.*, (2010 dalam Chaghooshi *et al.*, 2015) menyatakan bahwa salah satu cara untuk menghadapi tantangan dan tekanan global tersebut adalah dengan menggunakan keunggulan kompetitif.

Keunggulan kompetitif pada dasarnya adalah proses di mana organisasi mampu menciptakan posisi bertahan yang memungkinkan organisasi memiliki perbedaan atau keunggulan dibandingkan pesaing (Karimi dan Rafiee, 2014). Keunggulan kompetitif merupakan suatu keunggulan yang dimiliki oleh organisasi dibandingkan dengan pesaing dan diperoleh dengan cara memberikan nilai lebih kepada konsumen, baik melalui harga yang lebih rendah atau dengan menyediakan lebih banyak manfaat dari produk yang dihasilkan (Philih Kotler dan Gary Armstrong, 2014).

Keunggulan kompetitif dapat tercipta bila organisasi terus melakukan penilaian dan evaluasi pada hasil yang telah dicapai. Setidaknya ada empat dimensi dalam keunggulan kompetitif, yaitu harga atau biaya, kualitas, keandalan pengiriman, dan fleksibilitas. Pada penelitian terbaru juga memasukkan dimensi waktu sebagai salah satu unsur atau dimensi dalam menciptakan keunggulan kompetitif bagi organisasi (Karimi dan Rafiee, 2014). Keunggulan kompetitif yang berkelanjutan merupakan dasar dari kelangsungan hidup organisasi agar mampu bertahan dan kompetitif dari persaingan yang lebih kompetitif.

Selain keunggulan kompetitif, unsur lain yang harus diperhatikan perusahaan dalam persaingan bisnis global adalah kinerja organisasi. Menurut Karimi dan Rafiee (2014), kinerja organisasi merupakan seberapa baik organisasi mampu mencapai tujuan yang berorientasi pasar serta tujuan keuangannya. Fungsi sektor keuangan adalah sebagai alat ukur untuk mengukur kinerja organisasi, misalnya dengan melihat laba atau rugi organisasi. Lee H *et al.*, (1997 dalam Karimi dan Rafiee, 2014) menjelaskan bahwa manajemen rantai pasokan memiliki tujuan jangka pendek yaitu untuk meningkatkan produktivitas dan mengurangi persediaan. Sementara itu peningkatan pangsa pasar dan peningkatan keuntungan menjadi tujuan jangka panjang manajemen rantai pasokan. Artinya, kinerja organisasi memiliki kaitan yang sangat erat antara pangsa pasar yang dituju dan keuangan dari organisasi itu sendiri.

Dalam upaya meningkatkan keunggulan kompetitif dan kinerja organisasi, aliran manajemen rantai pasokan menjadi salah satu faktor yang dapat berpengaruh. Manajemen rantai pasokan adalah bidang yang penting dalam bisnis karena berkaitan secara langsung dengan seluruh proses produksi dari awal hingga akhir terciptanya produk. Manajemen rantai pasokan menurut Jacobs dan Chase (2021) adalah sebuah desain, operasi, dan peningkatan sistem dengan tujuan membuat dan menciptakan produk serta layanan utama perusahaan. Keseluruhan dari kinerja atau kegiatan

operasional organisasi tergambar jelas dalam kegiatan manajemen rantai pasokan. Proses ini diawali dari penyediaan bahan baku dan diakhiri dengan kepuasan pelanggan terhadap produk (Heizer dan Render, 2015). Tujuan utama dari manajemen rantai pasokan yaitu mengkoordinasi seluruh kegiatan proses rantai pasokan agar mengoptimalkan keunggulan kompetitif organisasi bagi peningkatan pasar.

Praktik manajemen rantai pasokan sendiri sangat dibutuhkan dalam peningkatan efektifitas dan efisiensi perusahaan. Menjadi penting karena praktik manajemen rantai pasokan merupakan serangkaian aktivitas yang dilakukan oleh organisasi. Manajemen rantai pasokan sendiri diusulkan menjadi konsep multi-dimensi, termasuk dari sisi hilir maupun hulu rantai pasokan (Karimi dan Rafiee, 2014). Keunggulan kompetitif dapat dibangun melalui manajemen rantai pasokan, bahkan dalam hal ini adalah keunggulan kompetitif jangka panjang. Hal ini tentunya akan membuat organisasi menjadi lebih kompetitif dan mampu terus bertahan dalam lingkungan ekonomi yang penuh dengan persaingan.

Manajemen rantai pasokan yang terintegrasi dengan baik dapat berdampak secara langsung pada keunggulan kompetitif dan kinerja organisasi. Organisasi harus terus merencanakan strategi yang baik dan tepat sehingga target penguasaan pasar dapat tercapai. Kinerja yang efektif dan efisien dapat tercipta jika organisasi memiliki perencanaan strategi rantai pasokan yang baik. Dengan kinerja yang efektif dan efisien, produk yang dihasilkan tentunya akan dapat memenuhi permintaan pasar yang ada.

Manajemen rantai pasokan tidak hanya diterapkan pada perusahaan-perusahaan besar saja. Dalam menjalankan kegiatan produksi, usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) pun juga menerapkan manajemen rantai pasokan. Sebagai unit bisnis yang juga mencari keuntungan, UMKM dituntut agar memiliki kinerja organisasi yang baik. Manajemen rantai pasokan yang terintegrasi dengan baik dan maksimal secara otomatis dapat menciptakan keunggulan kompetitif dan meningkatkan kinerja organisasi menjadi lebih

efektif. Kinerja organisasi dan keunggulan kompetitif yang baik dapat memberikan dampak positif bagi perusahaan sehingga dapat menciptakan produk dengan efektif dan efisien. Hal tersebut akan berguna terlebih dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat.

Magelang merupakan salah satu kota yang sangat strategis. Fakta bahwa letak geografis wilayah yang berada diantara dua kota besar yaitu Semarang dan Yogyakarta membuat Magelang menjadi daerah yang cukup ramai. Disamping itu, Magelang juga dikelilingi oleh gunung-gunung yang cukup terkenal seperti Merapi dan Merbabu. Hal ini menjadikan Magelang memiliki daya tarik tersendiri sebagai tujuan wisata. Bahkan bukan hanya wisata alam, Magelang juga terkenal dengan wisata sejarah salah satunya adalah Candi Borobudur. Selain memiliki daya tarik wisata alam dan sejarah yang kaya, Magelang juga merupakan salah satu kota dengan industri makanan atau kuliner yang cukup beragam. Untuk menunjang dan mendukung berbagai tempat wisata yang dimiliki, kuliner menjadi salah satu andalan bagi Kabupaten Magelang.

Dengan kesempatan dan peluang yang ada, para pelaku bisnis mulai melirik untuk menjadikan kuliner atau makanan sebagai bisnis. Peluang tersebut menjadi inspirasi berbagai pihak untuk mulai berbisnis di bidang kuliner atau makanan. Selain menjadi daerah yang menarik dengan kekayaan alamnya, bisnis makanan juga tidak kalah menarik sehingga minat masyarakat dengan UMKM di bidang ini menjadi semakin berkembang dan luas. Dengan adanya tempat wisata yang semakin menjamur, pangsa pasar untuk bisnis makanan tentunya juga menjadi semakin besar dan luas. Penelitian ini secara khusus akan fokus membahas mengenai UMKM yang bergerak pada industri makanan di Kabupaten Magelang.

Dari apa yang telah diuraikan pada latar belakang di atas, maka peneliti ingin melakukan penelitian pada industri kecil dan menengah yang berfokus pada industri makanan. Penelitian ini ditujukan pada pemilik-pemilik UMKM yang secara khusus memproduksi makanan. Penelitian ini

dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh dan dampak manajemen rantai pasokan terhadap keunggulan kompetitif dan kinerja organisasi pada UMKM. Secara lebih detail, penelitian ini akan mengangkat judul **“Pengaruh Manajemen Rantai Pasokan Terhadap Keunggulan Kompetitif dan Kinerja Organisasi Pada UMKM Industri Makanan Kabupaten Magelang”**.

1.2 Rumusan Masalah

Penelitian ini memiliki beberapa rumusan masalah yang akan dikaji. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah manajemen rantai pasokan berpengaruh terhadap keunggulan kompetitif pada UMKM industri makanan di Kabupaten Magelang?
2. Apakah manajemen rantai pasokan berpengaruh terhadap kinerja organisasi pada UMKM industri makanan di Kabupaten Magelang?
3. Apakah keunggulan kompetitif berpengaruh terhadap kinerja organisasi pada UMKM industri makanan di Kabupaten Magelang?

1.3 Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah di atas, penelitian ini memiliki beberapa tujuan, yaitu:

1. Melihat dan mengetahui bagaimana pengaruh manajemen rantai pasokan terhadap keunggulan kompetitif pada UMKM industri makanan di Kabupaten Magelang.
2. Melihat dan mengetahui bagaimana pengaruh manajemen rantai pasokan terhadap kinerja organisasi pada UMKM industri makanan di Kabupaten Magelang.
3. Melihat dan mengetahui pengaruh keunggulan kompetitif terhadap kinerja organisasi pada UMKM industri makanan di Kabupaten Magelang.

1.4 Batasan Penelitian

Agar penelitian ini tidak terlalu luas dan lebih spesifik, maka penulis membuat batasan sampel dan variabel untuk membatasi permasalahan yang akan diteliti:

1. Fokus utama dari penelitian ini adalah pemilik UMKM industri makanan di Kabupaten Magelang.
2. Penelitian ini dilakukan pada bulan Maret 2021. Penelitian dimulai pada saat pengambilan data dan sampel yang pertama melalui kuesioner sampai penelitian selesai dan disetujui.
3. Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:
 - a. Variabel dependen (keunggulan kompetitif dan kinerja organisasi)
 - b. Variabel independen (manajemen rantai pasokan dan keunggulan kompetitif)

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini memiliki manfaat yang akan berguna bagi beberapa pihak yang terkait dengan penelitian, diantaranya adalah:

1. Bagi UMKM di Kabupaten Magelang

Penelitian ini diharapkan berguna bagi pelaku UMKM di Kabupaten Magelang, khususnya yang bergerak di industri makanan agar dapat terus meningkatkan manajemen rantai pasokannya. Hal ini agar UMKM industri makanan di Kabupaten Magelang dapat terus meningkat, baik itu peningkatan keunggulan kompetitif maupun kinerja organisasi. Dengan demikian para pelaku usaha dapat terus bertahan dalam perkembangan dunia bisnis di era globalisasi ini.

2. Bagi Pembaca

Penelitian diharapkan dapat menjadi penambah ilmu pengetahuan, informasi, serta sumber data khususnya mengenai pengaruh manajemen rantai pasokan terhadap peningkatan keunggulan kompetitif dan kinerja organisasi.

3. Bagi Peneliti

Penelitian diharapkan memberi pengalaman serta menjadi sumber ilmu bagi peneliti. Selain itu, penelitian ini juga menjadi syarat untuk menyelesaikan tugas akhir sebagai mahasiswa serta memperoleh gelar S1 di Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

1.6 Sistematika Penulisan

Bab I : Pendahuluan

Berisi uraian latar belakang masalah yang dibahas dan diteliti mengenai manajemen rantai pasokan, keunggulan kompetitif, dan kinerja organisasi. Kemudian dilanjutkan dengan rumusan masalah, tujuan penelitian, batasan penelitian, manfaat penelitian, dan terakhir adalah sistematika penulisan laporan.

Bab II : Landasan Teori

Berisi teori dan konsep yang sesuai dengan penelitian serta mendukung proses analisis permasalahan yang ada. Teori secara khusus juga membahas mengenai variabel yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu manajemen rantai pasokan, keunggulan kompetitif, dan kinerja organisasi. Dalam bab ini juga membahas mengenai penelitian terdahulu, hipotesis serta kerangka pemikiran.

Bab III : Metodologi Penelitian

Berisi mengenai metodologi penelitian yang digunakan. Isi dari bab ini diantaranya adalah jenis penelitian, metode pengumpulan data, sumber data, teknik pengumpulan data, populasi, sampel dan metode penarikan sampel, variabel penelitian, definisi operasional penelitian, analisis deskriptif, analisis kuantitatif data, dan uji hipotesis

Bab IV : Analisis Data dan Pembahasan

Berisi tentang hasil pengolahan data, metode pengujian instrumen (uji validitas dan uji reliabilitas). Selanjutnya dilanjutkan dengan pembahasan mengenai data yang telah diolah dan digunakan untuk menjawab permasalahan yang telah dirumuskan serta pembuktian hipotesis.

Bab V : Penutup

Berisi kesimpulan dari hasil penelitian, implikasi manajerial, keterbatasan penelitian serta saran yang diharapkan dapat memberikan masukan kepada pihak-pihak yang terkait dengan penelitian, terkhusus kepada para pemilik UMKM atau pelaku bisnis agar dapat menciptakan strategi-strategi yang terkait erat dengan manajemen rantai pasokan, keunggulan kompetitif, dan kinerja organisasi.

