

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pada era globalisasi, persaingan di dunia bisnis semakin berkembang. Sebelumnya, persaingan yang terjadi untuk memenuhi berbagai kebutuhan pelanggan yang terus berkembang semakin kompleks dan tinggi. Dengan kata lain perusahaan-perusahaan berlomba untuk menyediakan variasi produk yang dapat memenuhi kebutuhan tersebut. Namun, kini harapan pelanggan lebih berfokus pada kualitas dan harga produk serta pada hal yang dapat mereka terima seperti tingkat layanan, waktu pengiriman, dan bantuan purna jual. Untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dengan fokus pelanggan yang baru ini, perusahaan tidak lagi hanya dapat mengandalkan kemampuan individu yang dimiliki, tetapi harus berkoordinasi dengan pihak lain yang berpotensi untuk menopang dan mendukung perusahaan seperti pemasok dan pelanggan itu sendiri. Hal ini menunjukkan bahwa di dalam persaingan pasar global akan lebih berkaitan dengan rantai pasok / *Supply Chain* (SC) daripada sebuah industri tunggal (Carmignani, 2009).

Ketika persaingan bergerak melampaui satu perusahaan ke dalam SC, organisasi mulai menyadari bahwa tidak cukup jika mereka hanya memperhatikan untuk meningkatkan kinerja di seluruh praktik internal dalam perusahaan mereka sendiri. Pengembangan dan penerapan praktik manajemen rantai pasokan / *Supply Chain Management* (SCM) dapat memaksimalkan nilai pelanggan, mendapatkan keunggulan kompetitif di pasar, dan juga mendapatkan keuntungan yang baik. Dengan demikian, SCM semakin menjadi hal yang penting untuk dilaksanakan oleh perusahaan. Konsep SCM telah menarik perhatian dari akademisi dan manajer bisnis. Banyak organisasi mulai menyadari bahwa SCM merupakan faktor utama untuk dapat menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan untuk produk dan atau layanan mereka di pasar yang semakin ramai (Quang et al., 2016).

Sebagai salah satu perusahaan yang bergerak di bidang *procurement* atau pengadaan, PT Garam Media Edukasi tentu memiliki keterkaitan yang erat dengan pelaksanaan SCM. Dalam proses pengadaan, terdapat beberapa praktik umum yang perlu dilakukan yakni penilaian resiko, etika berkelanjutan, kolaborasi dengan penyedia, manajemen kontrol kualitas, serta evaluasi dan pembauran. Dari setiap praktik utama tersebut, terdapat kaitan dengan pihak di luar dari manajemen internal perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa dalam bidang pengadaan, perusahaan perlu memiliki fokus dalam menjalin hubungan dengan anggota SC lain yang menopang berjalannya proses bisnis.

Dengan adanya pergeseran persaingan, pemeriksaan ulang strategi mutu internal, dengan mempertimbangkan kompleksitas yang berkembang dari jaringan rantai pasok eksternal, telah menjadi pusat posisi kompetitif organisasi dan penerapan kualitas serta efisiensi dari rantai pasok yang optimal. Maka kualitas pengelolaan rantai pasok dianggap sebagai tujuan dan tanggung jawab bersama dari anggota rantai pasok. Fokus pada antarmuka antara kualitas dan SC telah disebut dalam literatur saat ini sebagai manajemen kualitas rantai pasok atau *Supply Chain Quality Management (SCQM)*. Kualitas dari pengelolaan rantai pasok ini mencakup kinerja kualitas, kinerja operasional dan kinerja keuangan (Abdallah et al., 2021).

Menurut Hong et al. (2020), SCQM dianggap sebagai sinergi antara SCM dan manajemen kualitas atau *Quality Management (QM)*, di mana QM dalam suatu perusahaan adalah kunci untuk meningkatkan kinerja di seluruh SC. Dengan demikian, memperluas perspektif QM dan SCM untuk kerjasama antara semua anggota, menunjukkan hubungan erat antara QM dan SCM yang meningkatkan kinerja rantai pasok.

Untuk mencapai SC yang memiliki kinerja yang tinggi, perusahaan mitra harus berfokus pada SCQM yang melibatkan semua pihak dalam jaringan rantai pasok, di luar batas masing-masing perusahaan untuk mencapai peningkatan produk, layanan, dan proses yang bertujuan untuk menciptakan perbedaan kompetitif, serta memberikan nilai pelanggan. Beberapa penelitian

terdahulu telah menemukan bukti empiris tentang dampak signifikan dari praktik SCQM pada berbagai dimensi kinerja operasional perusahaan manufaktur. Penelitian-penelitian tersebut menunjukkan bahwa integrasi rantai pasok, fokus pelanggan, dan manajemen kualitas pasokan secara signifikan memengaruhi kinerja operasional perusahaan (Phan et al., 2019).

Implementasi beberapa praktik SCQM seperti keterlibatan pemasok dan pelanggan dalam desain produk dan peningkatan kualitas serta komunikasi dengan pemasok dan pelanggan akan memberikan dampak pada kualitas, biaya, pengiriman, fleksibilitas yang lebih baik dari perusahaan manufaktur (Kaynak & Hartley, 2008a). Maka, penelitian ini akan menjabarkan bagaimana implementasi SCQM pada PT. Garam Media Edukasi. Sehingga, nantinya dapat dilihat bagaimana dampak dari penerapan SCQM pada perusahaan dalam memengaruhi efektivitas perusahaan dalam meningkatkan kinerja.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimana Implementasi Manajemen Kualitas Rantai Pasok pada PT. Garam Media Edukasi di Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta?

1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka dapat ditemukan bahwa tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui kinerja Manajemen Kualitas Rantai Pasok pada PT. Garam Media Edukasi di Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta.

1.3.2. Manfaat Penelitian

a. Bagi Penulis

Manfaat penelitian ini bagi peneliti adalah agar dapat mengetahui nilai pada kinerja Manajemen Kualitas Rantai Pasok dan dapat memberikan usaha perbaikan performa pada PT. Garam Media Edukasi.

b. Bagi Perusahaan

Bagi perusahaan penelitian ini dapat berguna untuk mengevaluasi kelemahan dalam proses pengelolaan dan pengoperasian perusahaan itu sendiri guna dijadikan sebagai bahan perbaikan di masa yang akan datang.

c. Bagi Pihak Lain

Bagi pihak pembaca, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan atau ilmu pengetahuan yang lebih di bidang industri pengadaan, dan juga dapat dijadikan sebagai bahan rujukan bagi peneliti lain.

1.4. Sistematika Penelitian

Gambaran pada penelitian ini dibagi menjadi lima bagian diantaranya :

Bab I : Pendahuluan

Bab ini memaparkan mengenai latar belakang permasalahan yang diangkat pada penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II : Tinjauan Pustaka

Bab ini membahas teori dan definisi serta berisi penelitian sebelumnya dalam bentuk tabel yang digunakan untuk penulisan penelitian ini. Literatur ini

dikutip dari beberapa ahli, buku, jurnal, dan dari beberapa penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan topik penelitian ini.

Bab III : Metodologi Penelitian

Bab ini memberikan penjelasan menyeluruh tentang semua aspek metodologi penelitian, termasuk waktu dan lokasi penelitian, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, dan teknik analisis data yang digunakan.

Bab IV : Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bab ini memberikan penjelasan tentang objek penelitian, variabel penelitian, dan analisis data serta interpretasi hasil.

Bab V : Penutup

Bab ini berisi kesimpulan dan rekomendasi untuk pihak-pihak yang terlibat dalam penelitian, selain ringkasan hasil.