

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Dewasa ini perkembangan bisnis di Indonesia semakin cepat dan dinamis. Pertumbuhan industri dari tahun ke tahun mengalami peningkatan. Hal ini dibuktikan pada tahun 2011 pertumbuhan industri percetakan sebesar 4,7% mengalami peningkatan menjadi 5,3% di tahun 2012 (Sutarno, 2011). Bahkan pada tahun 2013, industri percetakan masuk dalam salah satu dari 12 sektor industri yang berkontribusi pada meningkatnya nilai total investasi penanaman modal asing di Indonesia (Astria, 2014). Perkembangan ini juga diikuti oleh ketatnya persaingan industri. Banyaknya kompetitor dan pilihan menyebabkan konsumen menginginkan peningkatan kualitas, pengiriman yang lebih cepat, produk dan layanan yang disesuaikan kebutuhan masing-masing konsumen dengan biaya yang lebih rendah. Jika perusahaan/industri tidak dapat memenuhi keinginan ini maka konsumen akan mencari perusahaan yang lebih dapat memenuhi keinginannya (Monczka et al., 2009). Perbaikan *supply chain* adalah salah satu langkah untuk meningkatkan performansi perusahaan didalam memenuhi keinginan konsumen.

*Supply chain management* (SCM) adalah pendekatan yang berorientasi pada proses yang melihat material, keuangan, dan informasi di setiap pergerakan di dalam proses seperti dari *supplier* ke produsen ke *wholesaler* ke *retailer* dan ke konsumen. SCM melibatkan kordinasi dan integrasi aliran ini baik didalam maupun antar perusahaan. Di dalam perkembangan bisnis modern, persaingan yang sesungguhnya adalah *supply chain* perusahaan melawan *supply chain* perusahaan pesaingnya. Perusahaan modern kemudian mengusahakan agar seluruh *supply chain* mereka menjadi kompetitif, melalui penambahan nilai atau biaya yang dikurangi secara keseluruhan. Strategi *supply chain* dapat dibagi menjadi tiga yaitu *lean*, *agile* dan *leagile*. Sesuai tujuan perusahaan, strategi ini dapat digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan untuk mendukung tujuan perusahaan. *Lean supply chain* yang fokus kepada operasi yang efisien dan menghilangkan *waste*, dengan volume produksi yang tinggi adalah pendekatan yang tepat untuk digunakan di industri percetakan. Menurut studi literatur yang dilakukan, industri percetakan di China menggunakan sistem *lean manufacturing* dalam produksinya. (Taj, 2008). Proses produksi didalam industri

percetakan cenderung seragam dan ada standarisasi. Selain itu didalam industri percetakan produksi yang dilakukan bersifat massal (*high volume*) dan jenis produk yang perbedaannya sedikit (*soft product variety*). Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa CV. Andi Offset juga cocok untuk menggunakan paradigma *lean* didalam *manufacturing* dan didalam *supply chain*.

*Lean supply chain* berasal dari filosofi *just-in-time*, pertama kali diadopsi oleh perusahaan di Amerika dan Eropa di akhir tahun 1980an. *Lean supply chain* mempunyai tiga elemen utama yaitu *just-in-time purchasing*, *just-in-time transportation* dan *just-in-time kanban system* (Monczka et al., 2009). Lewat ketiga elemen ini, *lean supply chain* dapat memberi dampak yang besar bagi perusahaan.

Aplikasi dari *lean supply chain* sudah digunakan di berbagai sektor industri. *Lean supply chain* terbukti memberikan berbagai kelebihan kompetitif bagi perusahaan jika digunakan pada waktu dan tempat yang tepat. Strategi *lean* menunjukkan performansi terbaik dalam memberi *lead time* paling pendek (Singh et al., 2006), stok minimum, pengurangan *waste* dan biaya, dan standarisasi proses dan produk (Karl, 2005).

Implementasi *lean supply chain* memerlukan identifikasi dari variabel-variabel pendukung *lean supply chain*. Beberapa peneliti sudah menunjukkan berbagai macam variabel yang mendukung organisasi untuk mencapai performansi yang lebih baik lewat *lean supply chain*. Namun, identifikasi saja belum memadai. Implementasi *lean supply chain* yang berhasil memerlukan identifikasi dari hubungan timbal-balik (*interrelationship*) diantara berbagai variabel tersebut dan mencari tahu variabel apa yang mempunyai *strong driving power* dan *dependence power*. Hubungan ini dapat diperoleh melalui model *Interpretive Structural Modelling (ISM)* dan *MICMAC analysis*.

Melalui penelitian ini, penulis akan membahas dan merumuskan variabel yang mendukung dan berpengaruh sehingga *supply chain* dapat dikatakan sebagai *lean* dan menganalisis hubungan antar variabel tersebut sehingga dapat membantu perusahaan dalam mengambil keputusan strategis.

## **1.2. Perumusan Masalah**

Dari latar belakang tersebut maka perumusan masalah dari penelitian ini adalah belum diketahuinya variabel-variabel yang mendukung dan mempengaruhi keberhasilan implementasi *lean supply chain* di industri penerbitan dan percetakan.

## **1.3. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi, menguji, dan menganalisis hubungan variabel-variabel yang mempengaruhi *lean supply chain* dengan menggunakan metode ISM khususnya di industri percetakan dan penerbitan buku. Prioritas variabel didalam *supply chain* dapat ditentukan berdasarkan kekuatan penggerak dan kekuatan ketergantungan variabel tersebut.

## **1.4. Batasan Masalah**

Batasan masalah diperlukan untuk memfokuskan dan mengarahkan masalah sehingga menghindari hal-hal yang tidak berkaitan dengan topik yang dibahas didalam penelitian ini. Batasan masalah yang dibangun didalam penelitian ini adalah :

- a. Hasil penelitian ini dapat dikhususkan untuk industri pada sektor penerbitan percetakan. Namun dapat juga bermanfaat bagi industri di sektor yang lain.
- b. Variabel yang kurang mempengaruhi permasalahan pada penelitian ini tidak diambil untuk pengembangan model ISM.