

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada dewasa ini perkembangan ekonomi menyebar secara luas di kalangan masyarakat bahkan dibelahan dunia. Setiap orang menginginkan inovasi dalam hal pemenuhan kebutuhan sehari-hari, bahkan tak jarang dalam satu pasar menyediakan apa yang menjadi keinginan konsumen. Sehingga konsumen lebih fleksibel dalam memilih barang yang diinginkan. Produk kebutuhan sehari-hari merupakan barang-barang yang paling laris dipasaran mulai dari makanan, minuman, perlengkapan dapur, peralatan sekolah, dan sebagainya. Aktivitas perdagangan merupakan salah satu cara manusia untuk memenuhi kebutuhan hidupnya yang beranekaragam. Aktivitas perdagangan atau disebut dengan jual beli dilakukan di pasaran, pusat perbelanjaan adalah suatu wilayah tertentu yang terdiri dari satu atau beberapa bangunan yang dibangun secara vertikal maupun horizontal, yang dijual atau disewakan kepada pelaku usaha atau dikelola sendiri untuk melakukan aktivitas perdagangan barang. Berkat inovasi-inovasi yang berkembang maka muncul lah tempat penyediaan barang-barang kebutuhan sehari-hari, seperti Minimarket, Swalayan, dan Supermarket.

Bahkan di Indonesia penyebaran Minimarket, Swalayan, dan Supermarket sudah tersebar luas. Para konsumen atau pembeli yang berada diperkotaan lebih memilih berbelanja di Minimarket, selain barang-barang yang hampir serba ada, juga menyediakan tempat yang bersih, nyaman, pelayanan memuaskan dan

konsumen bisa mengambil barang-barang secara mandiri di rak-rak tempat penyusunan barang yang disebut sebagai Swalayan, kemudian membayar langsung ke kasir sehingga memudahkan konsumen dalam berbelanja. Perkembangan ekonomi yang semakin pesat di Indonesia membuat persaingan antar perusahaan semakin ketat. Usaha untuk memenuhi kebutuhan konsumen dalam dunia persaingan global yang semakin canggih, memaksa adanya inovasi yang sangat tinggi bagaimana sebuah bisnis beroperasi. Tujuannya adalah untuk membangun proses nilai tambah dalam menyampaikan produk yang inovatif, berkualitas tinggi, dan memiliki biaya yang lebih hemat, dengan siklus yang lebih pendek dan tingkat respon yang lebih tinggi dari sebelumnya.

Sumatera Barat khususnya Kota Padang juga banyak tersebar Minimarket dan Swalayan mulai dari Toko Buku & Swalayan Sari Anggrek, Budiman Swalayan Group, Citra Swalayan Group, Rilly Swalayan Group, dan Adinegoro Swalayan Group dan masih banyak lagi Swalyan-swalayan yang tersebar di Kota Padang sehingga memudahkan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Karena perkembangan zaman pada saat ini membuat masyarakat menjadi lebih proaktif dalam berbelanja, masyarakat Kota Padang juga menginginkan kenyamanan pada saat memilih barang, karena resiko berbelanja di pasar lebih tinggi seperti perampokan, pemalakan, bahkan pembunuhan. Alasan tersebut membuat masyarakat lebih nyaman berbelanja di Swalayan selain itu barang-barang yang dicari pun juga lengkap, harga yang ditetapkan di Swalayan-swalayan pun juga harga tetap, sehingga menghindari resiko penipuan.

Pada umumnya perusahaan-perusahaan itu mempunyai tujuan. Tujuan utama perusahaan adalah untuk mencari profit (laba), untuk bertumbuh dan berkembang, serta untuk survey. Supaya tujuan tersebut tercapai maka kinerja perusahaan harus tinggi. Semakin bagus kinerja sebuah perusahaan maka semakin tinggi peluang profit yang di dapatkan.

(Wulandari et al, 2016) menyatakan bahwa kinerja perusahaan merupakan ukuran keberhasilan oleh suatu perusahaan yang diukur setiap jangka waktu yang ditetapkan. Hasil ini dapat dikatakan suatu nilai dari setiap aktivitas yang telah disusun dan dilaksanakan untuk dapat mengidentifikasi apakah strategi yang telah dibuat dan pelaksanaan strategi tersebut telah tepat atau malah sebaliknya.

(Veno, 2015) menyatakan bahwa kinerja perusahaan merupakan pencapaian dari suatu tujuan kegiatan atau pekerjaan tertentu untuk mencapai tujuan perusahaan yang diukur dengan standar.

Menurut (Heizer & Render, 2015) manajemen rantai pasokan adalah koordinasi dari keseluruhan kegiatan rantai pasokan, dimulai dari bahan baku dan diakhiri dengan pelanggan yang puas. Manajemen rantai pasokan mencakup pemasok, perusahaan manufaktur atau penyedia jasa, perusahaan distributor, grosir atau pengecer yang mengantarkan produk atau jasa ke konsumen akhir.

(Pujawan & Er, 2017) menyatakan manajemen rantai pasokan merupakan suatu kesatuan proses, kegiatan produksi mulai dari bahan baku yang diperoleh, proses penambahan nilai yang berubah dari bahan baku menjadi bahan jadi, sampai proses pengiriman barang ke konsumen.

Berdasarkan survei yang peneliti lakukan di Toko Buku & Swalayan Sari Anggrek di Kota Padang dapat dilihat dari kondisi penjualan mengalami penurunan penjualan mulai dari bulan Januari sampai bulan Desember 2018. Berikut ini tabel data penjualan Toko Buku & Swalayan Sari Anggrek di Kota Padang tahun 2018.

Tabel 1.1

Data Penjualan Toko Buku & Swalayan Sari Anggrek Tahun 2018

BULAN	NILAI PENJUALAN	
	TOKO BUKU	SWALAYAN
Januari	469.557.150	575.586.257
Februari	320.328.270	509.793.570
Maret	327.566.565	581.096.660
April	277.855.326	552.481.645
Mei	282.339.720	505.940.105
Juni	271.114.730	673.786.830
Juli	853.950.850	1.627.870.030
Agustus	534.563.261	804.220.215
September	579.769.441	755.838.490
Oktober	445.525.793	657.827.075
November	335.564.395	565.080.091
Desember	412.144.255	567.536.687
Total	5.110.279.756	8.377.057.655

Sumber : Toko Buku & Swalayan Sari Anggrek di Kota Padang

Dari tabel 1.1 diatas dapat dilihat terdapat perbedaan signifikan antara nilai penjualan Toko Buku dan Swalayan Sari Anggrek pada tahun 2018. Disini terlihat bahwa minat beli buku sangat minim dan bersifat fluktuatif dibandingkan dengan penjualan barang-barang di swalayan, penjualan di Toko Buku dan Swalayan Sari Anggrek setiap bulannya turun naik hal ini disebabkan oleh kinerja perusahaan yang tidak stabil. Disinyalir penyebabnya adalah manajemen rantai pasokan. Berdasarkan hal itu maka perusahaan harus mengkaji kembali bagaimana aktivitas perusahaan dalam menjalankan usahanya tentu ada pada bagian manajemen rantai pasokan guna memberi efek positif pada perusahaan yang mengalami *trend* pada penjualan dan biaya yang meningkat.

Penelitian yang dilakukan oleh (Lisda Rahmasari, 2011) dalam penelitiannya menyimpulkan manajemen rantai pasokan yang efektif berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. Manajemen rantai pasokan yang efektif dipengaruhi oleh pengembangan produk, strategi hubungan pemasok, perencanaan dan pengendalian, produksi dan distribusi, kualitas informasi, dan pembelian.

Penelitian yang dilakukan oleh (Mbutia dan Rotich, 2014) mengenai pengaruh praktek manajemen rantai pasokan terhadap keunggulan bersaing dalam industri ritel di Kenya menunjukkan bahwa dari keempat variabel praktek Manajemen Rantai Pasokan yang digunakan, hubungan kemitraan strategik dan hubungan pelanggan ditemukan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing dalam industri ritel, sedangkan variabel pembagian informasi

dan penundaan ditemukan tidak berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing dalam industri ritel.

Pada penelitian (Yaqoub, 2012) menggunakan kinerja operasional perusahaan sebagai variabel dependen. Sedangkan kepercayaan dan Supply Chain sebagai variabel independen. Dimana hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa ada pengaruh positif dalam hubungan praktik-praktek kolaborasi Supply Chain terhadap kepercayaan antar organisasi.

Penelitian yang dilakukan oleh (Ariani, 2013) mengenai pengaruh Supply Chain Management terhadap kinerja UKM makanan khas Kota Padang, bahwasanya menyatakan hubungan jangka panjang berpengaruh positif terhadap kinerja manajemen rantai pasokan.

Sedangkan, penelitian yang dilakukan oleh (Prajogo dan Olhager, 2012) mengenai *Supply Chain Integration and Performance: the effect of long-term relationships, information technology and sharing, and logistics integration* yang menyatakan bahwasanya hubungan jangka panjang berpengaruh positif terhadap kinerja manajemen rantai pasokan.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **"PENGARUH MANAJEMEN RANTAI PASOKAN TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN (Studi Kasus pada Karyawan Toko Buku & Swalayan Sari Anggrek di Kota Padang)"**.

1.2 Identifikasi Masalah

Dari latar belakang masalah di atas dalam kajian-kajian manajemen rantai pasokan dipengaruhi oleh beberapa faktor sebagai berikut:

1. Hubungan jangka panjang yang kurang baik antara pemasok dengan perusahaan disebabkan kurangnya komunikasi diantara kedua belah pihak.
2. Kurangnya pendekatan hubungan karyawan dengan konsumen dalam proses transaksi.
3. Informasi barang baru yang kurang update karena keterbatasan sistem teknologi di dalam perusahaan.
4. Informasi yang tidak akurat mengenai pasokan barang karena kurangnya penyaringan informasi dalam sistem perusahaan.
5. Proses pendistribusian yang sering mengalami kekeliruan.
6. Pelayanan yang kurang ramah menjadi tolak ukur untuk konsumen berbelanja.
7. Keterbatasan peralatan dan barang yang ada di Toko Buku & Swalayan Sari Anggrek di Kota Padang kurang memadai menjadikan konsumen enggan untuk berkunjung.
8. Lingkungan kerja yang belum kondusif.
9. Pengawasan yang dilakukan oleh pimpinan belum maksimal.
10. Kinerja karyawan yang belum optimal mempengaruhi kegiatan perusahaan.

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas dan agar penelitian ini terfokus dan terarah, maka perlu membatasi masalah yang diteliti yaitu Manajemen Rantai Pasokan sebagai variabel bebas (independen) dan Kinerja Perusahaan sebagai variabel terikat (dependen).

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah diatas maka dirumuskan suatu rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh *Strategic Supplier Partnership* terhadap kinerja perusahaan (Studi Kasus pada Karyawan Toko Buku & Swalayan Sari Anggrek di Kota Padang)?
2. Bagaimana pengaruh *Customer Relationship* terhadap kinerja perusahaan (Studi Kasus pada Karayawan Toko Buku & Swalayan Sari Anggrek di Kota Padang)?
3. Bagaimana pengaruh *Level of Information Sharing* terhadap kinerja perusahaan (Studi Kasus pada Karyawan Toko Buku & Swalayan Sari Anggrek di Kota Padang)?
4. Bagaimana pengaruh *Quality of Information Sharing* terhadap kinerja perusahaan (Studi Kasus pada Karyawan Toko Buku & Swalayan Sari Anggrek di Kota Padang)?

5. Bagaimana pengaruh *Postponement* terhadap kinerja perusahaan (Studi Kasus pada Karyawan Toko Buku & Swalayan Sari Anggrek di Kota Padang)?
6. Bagaimana pengaruh *Strategic Supplier Partnership, Customer Relationship, Level of Information Sharing, Quality of Information Sharing, Postponement* secara bersama-sama terhadap kinerja perusahaan (Studi Kasus pada Karyawan Toko Buku & Swalayan Sari Anggrek di Kota Padang)?

1.5.Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.5.1 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian pengaruh manajemen rantai pasokan terhadap kinerja perusahaan adalah untuk:

1. Untuk mengetahui pengaruh *Strategic Supplier Partnership* terhadap kinerja perusahaan (Studi Kasus pada Karyawan Toko Buku & Swalayan Sari Anggrek di Kota Padang)
2. Untuk mengetahui pengaruh *Customer Relationship* terhadap kinerja perusahaan (Studi Kasus pada Karyawan Toko Buku & Swalayan Sari Anggrek di Kota Padang)
3. Untuk mengetahui pengaruh *Level of Information Sharing* terhadap kinerja perusahaan (Studi Kasus pada Karyawan Toko Buku & Swalayan Sari Anggrek di Kota Padang)

4. Untuk mengetahui pengaruh *Quaity of Information Sharing* terhadap kinerja perusahaan (Studi Kasus pada Karyawan Toko Buku & Swalayan Sari Anggrek di Kota Padang)
5. Untuk mengetahui pengaruh *Postponement* terhadap kinerja perusahaan (Studi Kasus pada Karyawan Toko Buku & Swalayan Sari Anggrek di Kota Padang)
6. Untuk mengetahui pengaruh *Strategic Supplier Partnership, Customer Relationship, Level of Information Sharing, Quality of Information Sharing, Postponement* secara bersama-sama terhadap kinerja perusahaan (Studi Kasus pada Karyawan Toko Buku & Swalayan Sari Anggrek di Kota Padang).

1.5.2 Manfaat Penelitian

Manfaat-manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

Dapat menambah pengetahuan sebagai bekal dalam menerapkan ilmu yang telah diperoleh di bangku kuliah dalam kerja yang sesungguhnya dan mengembangkan pengetahuan penulis dalam bidang ilmu pengetahuan manajemen pemasaran terutama mengenai loyalitas.

2. Bagi Perusahaan

Di harapkan hasil penelitian ini dapat memberikan informasi yang berharga bagi perusahaan dalam pengelolaan pemasaran serta segala kebijakan yang berkaitan langsung dengan aspek-aspek pemasaran secara lebih baik.

3. Bagi Almamater

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memahami informasi dan referensi bacaan semua pihak yang membutuhkannya.