

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Persaingan bisnis modern membawa dampak pada perubahan fokus persaingan, dari persaingan antar perusahaan secara mandiri ke arah persaingan antar jejaring bisnis seperti (*supply chain*) rantai pasokan. Kondisi ini memunculkan era kompetisi antar jejaring bisnis. Pengelolaan kerjasama dalam rantai pasokan memerlukan koordinasi dan integrasi baik didalam maupun diantara perusahaan untuk mencapai manajemen rantai pasokan yang efektif, kualitas pelayanan yang baik, dan keuntungan perusahaan.

Dalam menghadapi persaingan yang semakin kuat dalam dunia usaha pada saat ini diantara sesama produsen maka strategi yang harus dilakukan tentu perlu ditinjau dari berbagai aspek. Jika menyangkut kepuasan konsumen atau *consumer oriented* maka salah satunya produsen akan berusaha untuk menyajikan produk yang diproduksinya secara baik dan menarik juga memperhatikan keragaman serta jenis produk yang disukai konsumen. Akan tetapi untuk dapat melakukan hal-hal tersebut tentunya diperlukan suatu dukungan penting untuk dapat menyajikan produk dengan cara yang diinginkan atau dapat dikatakan perlu kesiapan produsen dalam memenuhi keinginan tersebut.

Satu hal yang membuat perusahaan mampu bertahan di era persaingan global seperti ini adalah penyediaan produk yang tepat bagi konsumen di waktu yang tepat, dan dalam biaya ekonomis. Ketersediaan produk dan harga jual yang ekonomis hanya dapat terjadi jika ada koordinasi yang baik antara perusahaan dengan pihak-pihak dalam rantai suplainya. Koordinasi antara pihak-pihak dalam rantai suplai tidak hanya melibatkan koordinasi persediaan saja, tetapi juga informasi tentang pasar yang berguna bagi perencanaan perusahaan. Kekurangan persediaan produk akan berakibat kehilangan penjualan, sedangkan kelebihan tertentu akan berakibat menumpuknya produk dan meningkatnya biaya pemeliharaan persediaan. *Supply chain management* (SCM) menjadi satu solusi terbaik untuk memperbaiki tingkat produktivitas antara

perusahaan-perusahaan yang berbeda dalam hal ini yaitu produsen dengan rekanannya atau suppliernya dan juga konsumen sehingga menjadi sebuah intergrasi yang saling berkaitan.

Menurut Heyzer dan Render (2005) dalam Bernard (2011), agar manajemen rantai pasok berjalan dengan efektif maka perusahaan harus menjadikan para pemasok sebagai “mitra” dalam strategi perusahaan untuk memenuhi pasar yang fleksibel dan selalu berubah sehingga menjaga hubungan baik dengan para mitra perusahaan adalah salah satu hal penting yang patut diperhatikan oleh para pelaku bisnis karena suatu keberhasilan dalam kemitraan tidak dapat diraih begitu saja. Sehingga untuk mencapai keberhasilan dalam kemitraan atau kerja sama harus dilandasi oleh hubungan baik dengan mitranya.

Oleh karena itu untuk menciptakan kinerja rantai pasok yang baik diperlukan beberapa indikator yang berfungsi sebagai pendukung teralisasinya kinerja rantai pasok yang baik pada perusahaan. Ada beberapa indikator yang mempengaruhi, antara lain: kepercayaan, komunikasi antar perusahaan dan pemasok, fleksibilitas/kemudahan dalam menyesuaikan keadaan, kuatnya komitmen dalam bekerja sama, sehingga akan membentuk kualitas yang baik dan dari kualitas hubungan baik tersebut rantai pasokan akan berjalan dengan lancar.

Faiz (2006) dalam penelitiannya menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi komitmen penyalur sebagai upaya meningkatkan hubungan jangka panjang dengan pemasok pada penyalur PT. Merapi Utama Pharma Semarang. Adapun variabel-variabel dalam penelitian ini adalah kepuasan, kepercayaan, komitmen, hubungan jangka panjang. Hasil dari penelitian yang dilakukan yaitu menyatakan bahwa pengaruh kepercayaan pada pemasok terhadap hubungan jangka panjang dengan pemasok adalah positif dan signifikan. Nugroho (2012) dalam penelitiannya menganalisis kualitas hubungan relasional antara kepuasan, kepercayaan, dan komitmen terhadap pasien di rumah sakit khusus ibu dan anak sadewan. Hasil dari penelitian yang dilakukan yaitu menyatakan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan antara kepuasan terhadap kepercayaan pasien, ada pengaruh positif dan signifikan antara kepuasan terhadap komitmen pasien, dan ada pengaruh

positif dan signifikan antara kepercayaan terhadap komitmen pasien. Bernard (2011) dalam penelitiannya menganalisis pengaruh-pengaruh kualitas hubungan terhadap kinerja rantai pasokan pada PT. Industri Jamu Cap Jago Semarang. Adapun variabel-variabel yang diteliti yaitu kepercayaan, komitmen, kualitas hubungan, kinerja supplier. Hasil dari penelitian yang dilakukan yaitu menyatakan bahwa kepercayaan dan komitmen berpengaruh positif terhadap kualitas hubungan dan kinerja rantai pasokan, maka kualitas hubungan dan kinerja rantai pasokan dapat ditingkatkan melalui lima indikator kepercayaan, komitmen berpengaruh positif dalam meningkatkan kualitas hubungan dan kinerja rantai pasokan, kualitas hubungan berpengaruh positif dalam meningkatkan kinerja rantai pasokan.

PT. Barata Indonesia (Persero) merupakan perusahaan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak di bidang manufaktur dan memproduksi beberapa macam olahan logam. Fokus utama yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan konsumen meliputi, *Engineering Procurement & Construction (EPC)*, Peralatan Industri Manufaktur dan Pengecoran. Dalam memenuhi kebutuhan bahan baku, PT. Barata Indonesia (Persero) menjalin kerjasama jangka panjang dengan banyak pemasok, namun terdapat kendala dalam kerjasama antara pemasok bahan baku dengan perusahaan yaitu adanya keterlambatan dalam pemasokan bahan baku dan ketidaktepatan dalam pemenuhan kontrak supply bahan baku.

Berdasarkan uraian teoritis dan empiris diatas maka dibutuhkan suatu model penelitian yang bisa menjelaskan hubungan antara kepercayaan, komunikasi, fleksibilitas, kepuasan, komitmen, kualitas hubungan antara PT. Barata Indonesia dengan supplier-suppliernya terhadap kinerja rantai pasok. Dengan metode yang akan digunakan pada penelitian ini adalah *Structural Equation Modelling (SEM)*.

1.2. Perumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam Skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah komitmen, komunikasi, kepuasan berpengaruh terhadap kepercayaan?
2. Apakah komitmen, komunikasi, kepuasan berpengaruh terhadap kualitas hubungan?
3. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap kualitas hubungan?
4. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap kinerja rantai pasok?
5. Apakah kualitas hubungan berpengaruh terhadap kinerja rantai pasok?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang dilakukan, yaitu untuk:

1. Menilai pengaruh variabel komitmen, komunikasi, kepuasan terhadap kepercayaan.
2. Menilai pengaruh variabel komitmen, komunikasi, kepuasan terhadap kualitas hubungan.
3. Menilai pengaruh variabel kepercayaan berpengaruh terhadap kualitas hubungan.
4. Menilai pengaruh variabel kepercayaan berpengaruh terhadap kinerja rantai pasok.
5. Menilai pengaruh variabel kualitas hubungan berpengaruh terhadap kinerja rantai pasok.

1.4. Manfaat Penelitian

1. Bagi *manufacturer* dan *supplier*, diharapkan penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan masukan untuk mengetahui pengaruh kepercayaan, komunikasi, kepuasan, komitmen, kualitas hubungan sehingga mampu meningkatkan kinerja rantai pasok.
2. Bagi penelitian selanjutnya, diharapkan dapat mengembangkan penelitian yang dilakukan.

1.5. Batasan Dan Asumsi Penelitian

Untuk mempermudah cara menganalisa suatu permasalahan, maka penulis memberikan batasan masalah dalam penelitian ini. Adapun batasan-batasan masalah tersebut adalah :

1. Penelitian ini dilaksanakan di PT. Barata Indonesia (Persero) bagian pengadaan bahan baku.
2. Pengisian kuisioner dilakukan oleh pihak supplier tetap pada PT. Barata Indonesia (Persero).

Sedangkan asumsi yang digunakan dalam penelitian tugas akhir ini adalah:

1. Hubungan antar variabel adalah linier.
2. Nilai *variance extracted* adalah memenuhi.

1.6. Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan untuk laporan Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, batasan dan asumsi penelitian dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi tentang teori-teori dasar dan landasan-landasan konseptual dari obyek penelitian yang dilakukan seperti kinerja rantai pasok, kualitas hubungan kepercayaan, komitmen, komunikasi, kepuasan.SEM dan *state of the art*.

BAB III METODE PENELITIAN

Berisi suatu alur atau kerangka kerja yang terstruktur dan sistematis yang meliputi tempat dan waktu penelitian dilaksanakan, identifikasi dan definisi operasional, model pengukuran dan struktural, hipotesis penelitian, langkah-langkah pengumpulan dan pengolahan data serta metode analisis data.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini akan ditampilkan hasil pengumpulan data dan pengolahannya secara ringkas serta dilakukan analisis hasil pengolahan data. Pengumpulan data didapat dari

hasil penyebaran kuisioner kepada responden yang dituju. Pengolahan data menggunakan *software* SPSS 16 untuk uji validitas dan reliabilitas kuisioner serta menggunakan *software* Amos untuk model pengukuran dan struktural yang kemudian dilakukan analisis dengan metode analisis SEM.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menguraikan tentang simpulan berdasarkan hasil analisis data, keterbatasan penelitian serta saran.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN