

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Dinamika perubahan lingkungan bisnis yang terus mengalami perkembangan menuntut berbagai perusahaan yang ada untuk menemukan sebuah solusi tepat dalam bertahan dan memenangkan persaingan. Globalisasi dan teknologi memiliki peran yang kuat terhadap perubahan-perubahan yang terjadi. Dari pengamatan yang dilakukan peneliti, perubahan lingkungan bisnis yang terjadi salah satunya seperti persaingan yang semakin sengit, dan juga peningkatan permintaan terhadap produk barang (*good*), maupun jasa (*service*), yang tidak hanya dialami pada segi kuantitas (banyaknya produk), melainkan juga pada segi kualitas produk dan juga pelayanan. Dengan peningkatan permintaan (*demand*) yang semakin kompleks tersebut, para pelaku bisnis dituntut untuk dapat berinovasi secara terus-menerus agar dapat memenuhi dan memuaskan permintaan pasar, sehingga perusahaan dapat bertahan dan memiliki daya saing yang terus meningkat.

Dalam menghadapi hal tersebut, perusahaan harus berupaya semaksimal mungkin untuk dapat meningkatkan produktivitas, efisiensi, pelayanan yang cepat, mudah, dan terus menciptakan berbagai inovasi-inovasi baru untuk tetap dapat unggul dan bertahan di pasar. Selain produktivitas dan efisiensi, yang perlu diperhatikan dan ditingkatkan, perusahaan juga harus mampu memahami dan mengetahui apa saja yang dibutuhkan oleh konsumen.

Kinerja perusahaan mampu ditingkatkan baik melalui internal maupun eksternal perusahaan dengan mengamati dan mengidentifikasi apa saja hal-hal yang dapat mempengaruhi kinerja perusahaan dan hal yang dapat meningkatkan kinerja perusahaan. Faktor internal dipengaruhi oleh semua lini yang berhubungan dengan perusahaan, sedangkan faktor eksternal dipengaruhi oleh rantai pasokan. Dalam perkembangannya, lingkungan eksternal sangat berpengaruh untuk kelangsungan bisnis perusahaan. Salah satu lingkungan eksternal perusahaan adalah pemasok. Perusahaan tidak akan mampu menjalankan bisnisnya tanpa adanya pemasok.

Rantai pasokan dalam perusahaan sangat penting dikelola dengan baik untuk menjaga kelancaran kinerja perusahaan. Dalam masa globalisasi ini, penting bagi perusahaan untuk memperhatikan permasalahan yang terjadi pada rantai pasokan dan memastikan jika rantai pasokan dapat menunjang kegiatan dan strategi perusahaan. Apabila fungsi dari manajemen operasional sesuai dan menunjang strategi perusahaan secara menyeluruh, maka rantai pasokan ini dapat digunakan untuk menunjang strategi dari manajemen operasional.

Pujawan dan Mahendrawati (2010) menjelaskan bahwa pentingnya peran semua pihak mulai dari pemasok, pabrik, distributor, *retailer*, dan pelanggan dalam menciptakan produk yang murah, berkualitas, dan cepat. Hal ini yang kemudian menciptakan konsep baru yaitu manajemen rantai pasokan. Menurut Indrajit dan Djokopranoto (2002), manajemen rantai pasokan adalah perluasan dan pengembangan konsep dan arti dari manajemen logistik yang berperan dalam

mengatur arus barang antar perusahaan dan semakin berkembang menyangkut kepada hal-hal yang diperlukan oleh pelanggan.

Manajemen rantai pasokan merupakan faktor kunci strategis untuk meningkatkan efektifitas perusahaan, dan realisasi tujuan perusahaan yang lebih baik. Sebagian besar perusahaan berupaya meningkatkan efisiensi dan efektifitas dari rantai pasokan. Peningkatan kinerja bisnis perusahaan dapat dilakukan dengan melakukan kerjasama dengan pemasok, memperbaiki kinerja pengiriman, dan meningkatkan pelayanan konsumen serta pengurangan biaya logistik

Manajemen rantai pasokan berkaitan dengan siklus lengkap bahan baku dari pemasok, ke produksi, ke gudang, ke distribusi sampai ke konsumen. Komponen-komponen yang membentuk rantai pasokan tersebut dinamakan sebuah hubungan mitra kerja sama. Hubungan jangka panjang dalam kemitraan tersebut memberikan kestabilan pada rantai proses. Dalam kaitannya pada manajemen rantai pasokan perusahaan dan pemasok tidak hanya bekerja sama dalam hal membeli dan menyediakan, tetapi juga perlu adanya kepercayaan dan komitmen diantara kedua belah pihak.

Kepercayaan dan komitmen memegang peranan penting dalam terciptanya suatu hubungan bisnis yang baik. Salah satu faktor yang mempengaruhi stabilitas suatu hubungan adalah tingkat kepercayaan. Hubungan bisnis yang kooperatif akan tumbuh seiring meningkatnya kepercayaan dan komitmen di antara mitra bisnis. Menurut penelitian yang dilakukan (Wu *et al*, 2004) tingkat keseriusan komitmen, kelanjutan komitmen, dan komitmen yang normatif pada mitra rantai pasokan akan sangat membantu dalam pengintegrasian proses manajemen rantai

pasokan. Suatu kerja sama dapat juga terlibat dalam hubungan yang strategis dengan para distributor, yang kemudian mengakibatkan kebutuhan tingkat kepercayaan dan komitmen yang lebih tinggi (Su *et al.*, 2008). Karakteristik khusus dalam hubungan kerja sama yang terpercaya dan berkomitmen, menurut Zineldin *et al.*, (1997) adalah bahwa bagian-bagian yang bekerja sama mampu beradaptasi dalam proses maupun produksinya untuk mencapai kesesuaian yang lebih baik, mau membagi informasi dan juga pengalaman, dan juga dapat mengurangi atau meminimalkan ketidakamanan dan ketidakmenentuannya sumber daya.

Membagi informasi dan pengalaman merupakan salah satu cara untuk menunjukkan kepercayaan yang dapat membangun tingkat komitmen yang tinggi dan juga memberikan atmosfer yang baik bagi kegiatan yang bersifat transaksional. Perusahaan perlu melakukan kerja sama dengan berbagai pihak, karena kerja sama merupakan cara untuk meningkatkan kinerja. Dalam konteks hubungan pemasok dengan *dealer*, evaluasi *dealer* tentang tingkat kepercayaan dan komitmen akan berdasarkan pada sudut pandang yang lebih luas menyangkut keseluruhan kinerja pemasok-nya.

Zineldin dan Jonson (2000) menyatakan bahwa kepercayaan dan komitmen merupakan hasil dari kesuksesan hubungan dalam aktivitas-aktivitas dan mekanisme yang saling terkait. Mekanisme yang saling terkait itu meliputi komunikasi, nilai-nilai, budaya, dan etika dalam hubungan tersebut (*shared value*), kemampuan beradaptasi, kerjasama yang kooperatif dan kepuasan, tindakan yang positif dan netral (tidak oportunistik), saling keterikatan (*Bonds*),

dan biaya yang ditimbulkan jika hubungan kerjasama terhenti (*relationship termination cost*). Tindakan dan mekanisme tersebut merupakan salah satu kunci untuk mengembangkan, mempertahankan dan meningkatkan kepuasan dalam hubungan kemitraan.

Penelitian ini ditujukan pada usaha retail *Petshop* yang berada di daerah Istimewa Yogyakarta. Sama halnya dengan perusahaan manufaktur yang membutuhkan manajemen rantai pasokan yang jelas, usaha retail pun membutuhkan manajemen rantai pasokan yang terencana, terorganisir, dan efektif. Pada perusahaan manufaktur, manajemen rantai pasokan digunakan untuk proses produksi agar dapat berjalan dengan lancar sehingga sampai ketangan distributor maupun konsumen, sementara pada bisnis retail, manajemen rantai pasokan digunakan untuk pemenuhan permintaan konsumen.

Pada saat ini, pertumbuhan usaha retail bidang *petshop* terus mengalami peningkatan, hal ini dapat dilihat dari banyaknya usaha *petshop* yang bermunculan di Daerah Istimewa Yogyakarta, sehingga menimbulkan persaingan yang semakin ketat. Hal ini dikarenakan banyaknya peminat akan binatang peliharaan yang terus meningkat, baik kucing, anjing, hamster, ataupun binatang lainnya. Guna memenuhi kebutuhan pakan dan layanan jasa untuk binatang peliharaan tersebut, maka untuk menangkap peluang tersebut timbullah ide bisnis berupa *petshop*.

Dengan melihat permintaan dari pelanggan yang terus meningkat, mengharuskan *petshop* untuk memiliki pemasok yang dapat dipercaya dan dapat menyediakan *stock* persediaan barang dengan tepat waktu sehingga rantai pasokan

management pada perusahaan tetap berjalan dengan baik untuk dapat memberikan pelayanan pada konsumen dengan optimal. Pemasok yang baik adalah yang mampu beradaptasi dengan baik untuk mencapai kesesuaian, mau membagi informasi dan pengalaman, dan juga memberikan atmosfer yang baik bagi kegiatan yang bersifat transaksional. Karena itu, usaha *petshop* perlu untuk selalu menjaga hubungan baik dengan para pemasok dalam hubungan rantai pasokan untuk menjaga kinerja perusahaan.

Berdasarkan uraian diatas, peneliti tertarik untuk meneliti hubungan yang terjalin diantara pemasok dan *petshop*. Seperti yang dijelaskan oleh Corbett *et al.*, (1999) bahwa suatu kemitraan memiliki beberapa manfaat utama yaitu : dapat meningkatkan pangsa pasar (*market share*), penurunan inventori, jasa pelayanan yang lebih baik, dan siklus pengembangan produk. Alasan inilah yang melatarbelakangi peneliti untuk melakukan penelitian terhadap keterkaitan antara kepercayaan, komitmen, dan kualitas hubungan terhadap kinerja rantai pasokan pada usaha *petshop* daerah Istimewa Yogyakarta.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kualitas hubungan perusahaan dengan pemasok?
2. Apakah kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kinerja rantai pasokan?
3. Apakah komitmen berpengaruh signifikan terhadap kualitas hubungan perusahaan dengan pemasok?

4. Apakah komitmen berpengaruh signifikan terhadap kinerja rantai pasokan?
5. Apakah kualitas berpengaruh signifikan hubungan terhadap kinerja rantai pasokan?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap kualitas hubungan perusahaan dengan pemasok.
2. Untuk menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap kinerja rantai pasokan.
3. Untuk menganalisis pengaruh komitmen terhadap kualitas hubungan perusahaan dengan pemasok.
4. Untuk menganalisis pengaruh komitmen terhadap kinerja rantai pasokan.
5. Untuk menganalisis pengaruh kualitas hubungan terhadap kinerja rantai pasokan

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan penelitian ini, manfaat yang dapat diperoleh yaitu :

1. Manfaat bagi Peneliti

Dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai peran dari kepercayaan dan komitmen terhadap kualitas hubungan serta dampaknya terhadap kinerja perusahaan.

2. Manfaat bagi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk menambah referensi sebagai bahan penelitian lanjutan yang lebih mendalam pada masa yang akan datang.

3. Manfaat bagi Perusahaan

Bagi perusahaan, melalui penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai sumber referensi dalam menjaga hubungan baik dengan pemasok-nya sehingga dapat saling menguntungkan bagi kedua belah pihak.

