

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada kondisi perekonomian global sekarang ini, yang ditunjukkan dengan hilangnya batas-batas negara dan segi investasi, individu, dan informasi pada umumnya, serta kondisi persaingan yang ketat dalam lingkungan bisnis yang dinamis, maka diperlukan upaya-upaya perusahaan agar tetap survive serta mampu bersaing secara global salah satu upaya penting yang perlu dilakukan adalah merumuskan strategi kompetitif yang adaptif serta mudah disesuaikan untuk mengikuti perkembangan perubahan yang terjadi secara mendadak dalam kondisi persaingan global.

Seiring dengan berkembangnya industri di abad 21, rantai nilai perusahaan telah menjadi fokus utama dari setiap organisasi. Bahkan beberapa penelitian terkini menyatakan bahwa *Supply Chain* merupakan manajemen praktis untuk meningkatkan kinerja perusahaan. Semakin baik kinerja perusahaan sehingga tujuan organisasi tercapai. Dengan penerapan *Supply Chain* yang baik dalam suatu perusahaan, hal ini menjadikan pertimbangan bagi setiap perusahaan supaya mampu berkompetisi atau bersaing dengan para pesaingnya.

Supply Chain Management merupakan suatu proses pengaplikasian bagaimana jaringan kegiatan produksi dan distribusi bisa bekerja sama untuk memenuhi permintaan pasar. Menurut Heizer dan Render (2010:4), *Supply Chain Management* (SCM) merupakan integrasi aktivitas pengadaan bahan dan

pelayanan, pengubahan barang setengah jadi dan produk akhir, serta pengiriman kepada pelanggan. Seluruh aktivitas ini mencakup aktivitas pembelian dan pengalihdayaan, ditambah fungsi lain yang penting bagi hubungan pemasok dengan distributor. Keunggulan kompetitif dari *Supply Chain Management* (SCM) adalah bagaimana perusahaan mampu mengelola aliran barang atau produk dalam suatu rantai *supply*.

Tujuan strategis dari rantai pasok bersifat jangka panjang dan digunakan untuk bertahan dalam memenangkan persaingan pasar. Konteks ukuran yang digunakan dalam memenangkan pasar berkaitan dengan pemenuhan produk atau barang dengan harga murah, berkualitas, mudah didapat, dan bervariasi (Ningsih, 2010). Menurut Sumarsan (2010) fungsi *Supply Chain Management* (SCM) untuk suatu organisasi adalah menghilangkan atau mengecilkan biaya transaksi, mengembangkan dan menerapkan standar operasional perusahaan, menurunkan atau mengurangi waktu tunggu persediaan, dan menurunkan atau mengurangi jumlah persediaan perusahaan. Manfaat lainnya dari *Supply Chain Management* (SCM) bagi suatu perusahaan adalah memberikan peluang besar untuk mengurangi biaya dan meningkatkan keuntungan (Heizer dan Render, 2010:7)

Semakin meningkatnya dunia persaingan bisnis yang menuntut sebuah organisasi untuk terus menerus melakukan sebuah inovasi untuk mencapai keunggulan kompetitif dengan para pesaingnya, untuk mengatasi hal tersebut perusahaan bisa melakukan strategis melalui *Supply Chain Management* (SCM), sehingga tercapai sebuah tujuan perusahaan, yaitu salah satunya adalah meningkatnya kinerja perusahaan. Kinerja merupakan salah satu aspek yang dapat

diukur dalam manajemen rantai pasokan. Pengukuran kinerja dilakukan dalam rangka untuk melakukan perbaikan yang berkelanjutan dalam suatu rantai pasokan. Pengukuran kinerja melibatkan semua anggota rantai pasokan dari pemasok hingga konsumen akhir (Laela, 2011).

Supply Chain Management (SCM) hanya cocok digunakan oleh perusahaan manufaktur karena perusahaan manufaktur merupakan perusahaan yang memproduksi bahan baku mentah sampai barang jadi yang siap dikonsumsi. *Supply Chain Management* (SCM) merupakan suatu konsep menyangkut pola pendistribusian produk yang mampu menggantikan pola-pola pendistribusian produk secara optimal dan juga merupakan pengembangan lebih lanjut dari manajemen distribusi produk untuk memenuhi permintaan konsumen, konsep ini menekankan pada konsep terpadu yang menyangkut proses aliran produk dari *supplier*, manufaktur, retailer hingga kepada konsumen, dari sini aktivitas antara suplayer hingga konsumen akhir adalah satu kesatuan tanpa sekat pembatas besar sehingga mekanisme informasi antara berbagai elemen tersebut berlangsung secara transparan (Purba, 2010).

Menurut penelitian FX Anton (2010) *Stewardship* merupakan suatu pandangan baru tentang mengelola dan menjalankan organisasi, suatu pergeseran pendapat pada konsep kepemimpinan dan manajemen yang ada sekarang dari konsep mengendalikan dan mengarahkan, ke arah konsep pengaturan, kemitraan dan kepemilikan secara bersama oleh anggota atau tim dalam organisasi, yang merasa organisasi menjadi sesuatu miliknya ataupun satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan dari diri sendiri. Teori *stewardship* adalah teori yang

menggambarkan situasi dimana para manajer tidaklah termotivasi oleh tujuan-tujuan individu tetapi lebih ditujukan pada sasaran hasil utama mereka untuk kepentingan organisasi, sehingga teori ini mempunyai dasar psikologi dan sosiologi yang telah dirancang dimana para eksekutif sebagai *steward* termotivasi untuk bertindak sesuai keinginan prinsipal, selain itu perilaku *steward* tidak akan meninggalkan organisasinya sebab *steward* berusaha mencapai sasaran organisasinya (Donaldson dan Davis, 1989, 1991).

Penelitian ini termotivasi oleh penelitian Suhartati dan Rosietta (2012) yang menyatakan bahwa pertama, terdapat hubungan positif dan signifikan antara *Supply Chain Management* dan kinerja perusahaan; kedua, terbukti strategi berpengaruh memperkuat hubungan antara *Supply Chain Management* (SCM) dengan kinerja perusahaan; ketiga, terdapat hubungan positif signifikan antara strategi bersaing biaya rendah (*cost efficiency*) dan *Supply Chain Management* (SCM). Kemudian terdapat hubungan negatif signifikan antara strategi bersaing inovasi (*inovation*) dan *Supply Chain Management* (SCM).

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, sesuai penelitian terdahulu penulis mengidentifikasi masalah yang akan diteliti adalah semakin cepatnya teknologi, siklus hidup produk, dan intensifnya persaingan antar perusahaan. Kondisi ini memaksa perusahaan untuk mengembangkan cara baru dalam mencapai keunggulan kompetitif. Hal ini sangat tergantung dari efisiensi dan produktivitas antar area fungsi dalam perusahaan, untuk lebih responsif terhadap kebutuhan konsumen dan permintaan pasar. Produk yang disampaikan kepada konsumen tidak hanya berkualitas tinggi tetapi juga strategi pengirimannya cepat.

Atas dasar hal tersebut maka dibutuhkan jejaring bisnis atau manajemen rantai pasokan (*Supply Chain Management/SCM*) yang efektif.

Penelitian ini menggunakan sampel penelitian perusahaan manufaktur di Indonesia karena perusahaan manufaktur merupakan perusahaan yang mengolah bahan baku mentah menjadi barang jadi yang siap untuk dikonsumsi. Dengan pengoptimalkan strategi *supply chain* pada perusahaan manufaktur sehingga perusahaan bisa memperoleh manfaat yaitu mengurangi *inventory* barang, menjamin kelancaraan penyediaan barang, mengurangi jumlah *supplier*, menjamin mutu, dan dapat mengembangkan *supplier partnership*. Data penelitian yang digunakan adalah tahun 2008-2011. Tema penelitian ini adalah "Pengaruh *Supply Chain* terhadap Kinerja Perusahaan dengan *Supply Chain* sebagai Variabel Moderating".

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka rumusan masalah penelitian ini adalah:

- 1) Apakah strategi kompetitif dapat mempengaruhi kinerja perusahaan?
- 2) Apakah strategi kompetitif dapat mempengaruhi kinerja perusahaan dengan variabel *supply chain* sebagai variabel pemoderasi?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah:

- 1) Untuk menganalisa secara empiris tentang penerapan *supply chain* terhadap kecenderungan pilihan strategi kompetitif.

- 2) Untuk menganalisa secara empiris tentang *supply chain* dalam mempengaruhi hubungan strategi kompetitif dengan kinerja perusahaan.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

a) Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan untuk menambah pengetahuan dan wawasan tentang akuntansi manajemen di dalam perusahaan, khususnya yang berhubungan dengan *Supply Chain Management* (SCM).

b) Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi dan pertimbangan dalam meningkatkan kinerja perusahaan.

c) Bagi Investor

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wacana baru dan mempertimbangkan aspek-aspek yang perlu dalam investasi.

1.5 Sistematika Penulisan Proposal

Agar pembaca dapat mengetahui urutan-urutan pembahasan dalam penulisan penelitian ini, maka penulis mencantumkan sistematika dari penulisan penelitian ini:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini akan diuraikan tentang Latar Belakang Masalah, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, dan Sistematika Penyusunan Penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini akan diuraikan tentang Penelitian Terdahulu, Landasan Teori, Kerangka Pemikiran, dan Hipotesis Penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini akan diuraikan tentang tentang Rancangan Penelitian, Batasan Penelitian, Identifikasi Variabel, Definisi Operasional, dan Pengukuran Variabel Serta Teknik Analisis Data.

BAB IV GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Dalam bab ini menjelaskan tentang gambaran subyek penelitian, analisis data yang terdiri dari analisis deskriptif, analisis statistik dan uji regresi linear berganda, serta pembahasan yang mengarah pada perumusan masalah dan hipotesis penelitian

BAB V PENUTUP

Dalam bab ini menjelaskan tentang kesimpulan dari penelitian ini yang menjawab mengenai Hipotesis Penelitian, Keterbatasan Penelitian serta saran yang diharapkan berguna untuk penelitian-penelitian selanjutnya.