BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada kondisi perekonomian global sekarang ini serta munculnya perusahaan-perusahaan baru yang berkembang dengan kondisi persaingan yang ketat dalam lingkungan bisnis, setiap perusahaan harus mempunyai potensi agar dapat bersaing serta berkompeten. Suatu perusahaan dapat dikatakan mengungguli perusahaan lain jika dapat menciptakan produk yang bernilai jual tinggi, berkualitas baik, dan cepat dalam pendistribusian barang, sehingga menarik perhatian dan minat para konsumen. Bukan hanya itu saja, tetapi mampu menciptakan produk yang menjadikan ketergantungan dan selalu dibutuhkan sehingga konsumen terus menerus membeli dan mengkonsumsi produk yang dihasilkan oleh suatu perusahaan dalam keseharian mereka. Hal ini tergantung dari efisiensi dan produktivitas antar area fungsi dalam perusahaan untuk lebih responsif terhadap kebutuhan konsumen dan permintaan pasar.

Seiring dengan terjadinya kondisi tersebut, maka perusahaan memerlukan strategi bersaing agar tetap memiliki posisi dalam pasar. Dan dengan adanya strategi bersaing dalam perusahaan, diharapkan perusahaan tersebut dapat mempertahankan posisi bersaingnya terhadap kompetitor (Regina dan Devie, 2013). Kondisi seperti ini memaksa sebuah organisasi untuk terus-menerus melakukan sebuah inovasi dalam mencapai keunggulan kompetitif dengan para pesaingnya, di mana produk yang disampaikan kepada konsumen tidak hanya

berkualitas tinggi tetapi harus memiliki keunikan tersendiri serta memiliki strategi pengiriman yang cepat, untuk itu dibutuhkanlah suatu jejaring bisnis yaitu manajemen rantai pasokan (*Supply Chain Management*) agar dapat tercapainya salah satu tujuan perusahaan, yaitu meningkatnya kinerja perusahaan.

Kinerja merupakan ukuran keberhasilan atau prestasi yang telah dicapai oleh suatu perusahaan yang diukur tiap kurun waktu tertentu (Titi dan Hilda, 2012). Kinerja perusahaan hendaknya merupakan hasil yang dapat diukur dan menghasilkan kondisi empirik suatu perusahaan dari berbagai ukuran yang disepakati. Pada penelitian ini kinerja merupakan salah satu aspek yang dapat diukur dalam manajemen rantai pasokan. Pengukuran kinerja dilakukan dalam rangka untuk melakukan perbaikan yang berkelanjutan dalam suatu manajemen rantai pasokan (supply chain management).

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 pelayanaan, pengubahan barang setengah jadi menjadi 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 pasokan.

Fokus utama dari *supply chain management* adalah sinkronisasi proses untuk kepuasan pelanggan. Semua *supply chain* pada hakekatnya memperebutkan pelanggan dari produk atau jasa yang ditawarkan. Semua pihak yang berada dalam satu rantai *supply chain* harus bekerja sama satu dengan lainnya semaksimal mungkin untuk meningkatkan pelayanan dengan harga murah, berkualitas, dan tepat pengirimannya. Selain itu 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. Keberhasilan melalui kerjasama dicapai melalui peningkatan kinerja perusahaan yang dilandasi dengan hubungan baik.

Tujuan strategis dari rantai pasokan adalah 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. Menurut Anatan dan Ellitan (2010) Aplikasi supply chain management pada dasarnya memiliki tiga tujuan utama yaitu penurunan biaya (reduction cost), penurunan modal (capital reduction) dan perbaikan pelayanan (service improvement). Untuk penurunan biaya dapat dicapai dengan meminimalkan biaya logistik, misalnya dengan memilih alat, transportasi, dan tempat pergudangan dengan harga murah. Selanjutnya penurunan modal dapat dilakukan dengan cara meminimalkan tingkat investasi dalam logistik, sedangkan untuk perbaikan pelayanan dapat dilakukan dengan menyediakan layanan yang baik untuk kepuasan konsumen dimana yang secara proaktif dapat berpengaruh terhadap

pendapatan dan profitabilitas perusahaan. Penerapan aplikasi lainnya yang dapat diperoleh dari supply chain management adalah menjamin kelancaran persediaan barang, mulai dari barang asal (pabrik pembuat), pemasok, perusahaan sendiri, pedagang besar, pengecer, sampai kepada konsumen akhir.

Supply Chain Management (SCM) lebih cocok digunakan oleh perusahaan manufaktur karena perusahaan manufaktur merupakan perusahaan yang memproduksi bahan baku mentah menjadi 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 (Kolakota, 2000: 197).

Penelitian ini termotivasi oleh penelitian Titi dan Hilda (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 mengidentifikasikan masalah yang akan diteliti adalah semakin cepatnya teknologi, siklus hidup produk, dan intensifnya persaingan antar perusahaan maka pengelola perusahaan harus melakukan peningkatan dan perubahan kalau tidak ingin kehilangan bisnisnya. Hal ini sangat tergantung dari bagaimana suatu perusahaan tersebut dapat bertahan di pasar, dapat menghadapi persaingan, ancaman, dan peluang pasar, serta dapat meningkatkan efisiensi dan produktivitas perusahaan agar lebih responsif terhadap kebutuhan konsumen. Praktisi industri harus bisa menyediakan produk yang murah, berkualitas, dan cepat, sehingga pelaksanaan tersebut harus membutuhkan peran serta semua pihak mulai dari supplier, perusahaan atau pabrik, dan transportasi. Atas dasar hal tersebut dan kesadaran akan pentingnya peran semua pihak dalam menciptakan produk yang murah, berkualitas, dan cepat, maka dibutuhkan suatu jejaring bisnis sehingga kemudian tercipta konsep *Supply Chain Management* (SCM) atau manajemen rantai pasokan 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 management* 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 2011-2013. Dimana pada tahun 2011-2013 adalah tahun pada saat perusahaan mulai menerapkan IFRS dan sejak tahun 2011 ini, perusahaan di Indonesia mulai memperhatikan bagaimana cara mengimplementasikan *Supply Chain Management* dengan baik, terbukti pada tahun 2011 menurut www.intipesan.co.id Indonesia mulai mengadakan program yang bernama "*Indonesia Supply Chain Management Summit*" yang mendapatkan respon yang baik dari perusahaan-perusahaan di Indonesia. Program ISCM Summit ini bertujuan untuk memberikan pengarahan serta pemahaman secara komprehensif tentang penerapan *Supply Chain Management* yang efektif dan efisien.

Berdasarakan latar belakang di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan tema "Pengaruh Strategi Bersaing terhadap Kinerja Perusahan dengan Supply Chain Management sebagai Variabel Moderating".

1.2 Perumusan Masalah

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

- 1) Apakah strategi bersaing dapat mempengaruhi kinerja perusahaan?
- 2) Apakah *supply chain management* dapat mempengaruhi kinerja perusahaan?

3) Apakah strategi bersaing dapat mempengaruhi kinerja perusahaan dengan variabel *supply chain management* sebagai variabel pemoderasi?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Untuk mengetahui tentang penerapan strategi bersaing terhadap kinerja perusahaan.
- 2) Untuk mengetahui tentang penerapan *supply chain management* terhadap kinerja perusahaan.
- 3) Untuk mengetahui tentang *supply chain management* dalam mempengaruhi hubungan strategi bersaing dengan kinerja perusahaan.

1.4 <u>Manfaat Penelitian</u>

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.

d) Bagi Penelitian Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan informasi, acuan, dan referensi bagi peneliti-peneliti selanjutnya yang akan mengambil judul dan topik penelitian yang sama.

e) Bagi STIE Perbanas Surabaya

Hasil penelitian ini dapat menambah koleksi perpustakaan dan menjadi acuan untuk penelitian yang sama, sehingga penelitian yang dihasilkan akan menjadi lebih baik.

1.5 Sistematika Penulisan Proposal

Agar pembaca dapat mengetahui urutan-urutan pembahasan dalam penulisan penelitian ini, maka penulis mencantumkan sistematika dari penulisan peneltian 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 rancangan 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-peneltian selanjutnya.