



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Persaingan dalam industri pada era sekarang ini semakin ketat. Salah satu hal yang membuat perusahaan bertahan adalah penyediaan produk yang tepat bagi konsumen di waktu yang tepat, dan dalam biaya yang ekonomis. Sekarang ini konsumen semakin kritis, mereka menuntut penyediaan produk secara tepat tempat dan tepat waktu sehingga menyebabkan perusahaan manufaktur yang antisipatif akan hal ini akan mendapatkan pelanggan sedangkan yang tidak antisipatif akan kehilangan pelanggan.

Ketersediaan produk dan harga jual yang ekonomis hanya dapat terjadi jika ada koordinasi yang baik antara perusahaan retail dengan pihak-pihak suplainya. Koordinasi antara pihak-pihak dalam rantai suplai tidak hanya melibatkan persediaan saja, tetapi juga informasi tentang pasar yang berguna bagi perencanaan perusahaan. Kekurangan persediaan produk pada distributor akan berakibat menumpuknya produk dan meningkatnya biaya pemeliharaan persediaan.

Koordinasi dengan toko-toko cabang sebagai salah satu inti dari rantai pasokan adalah penting, dimana kantor pusat dapat berbagi informasi dan mengumpulkan informasi mengenai masing-masing supplier agar pengelolaan supply dan perencanaan penjualan produk dapat dilakukan dengan lebih baik. Pelaku industri pun mulai sadar bahwa untuk menyediakan produk yang murah, berkualitas dan cepat, perbaikan secara internal di sebuah perusahaan manufaktur tidak lah cukup. Kesadaran akan pentingnya peran semua pihak dalam menciptakan produk dengan harga jual yang ekonomis, berkualitas dan cepat inilah yang

kemudian melahirkan konsep baru sejak tahun 1990-an yang disebut *Supply Chain Management* (SCM).

Munculnya *Supply Chain Management* (SCM) atau strategi pemasok dilatar belakangi oleh dua hal pokok, yaitu: pertama di zaman modern ini sudah tidak relevan lagi penggunaan praktek manajemen logistik tradisional, karena tidak dapat menciptakan keunggulan kompetitif. Dan hal yang kedua adanya perubahan lingkungan bisnis yang semakin cepat dengan persaingan yang semakin ketat.

Supply Chain Management mencakup semua aktivitas yaitu sejak material datang dari pihak supplier, kemudian material itu diolah menjadi produk setengah jadi ataupun produk jadi, sampai produk itu didistribusikan ke konsumen. Untuk mengetahui performansi dari *Supply Chain* perusahaan, diperlukan suatu pengukuran. Dari pengukuran tersebut akan didapatkan suatu hasil, sehingga baik tidaknya kinerja *Supply Chain* dari perusahaan dapat terlihat. Dengan adanya kinerja *Supply Chain* yang baik, maka kinerja dari perusahaan akan semakin terarah dan memberikan keuntungan, baik itu untuk pihak perusahaan, *supplier* maupun konsumen.

Supply Chain Management menjadi salah satu solusi terbaik untuk meningkatkan keunggulan kompetitif. Keunggulan kompetitif dari SCM adalah bagaimana perusahaan mampu mengelola aliran barang atau produk dalam suatu rantai supply. Tujuan utama *Supply Chain Management* yaitu penyerahan/pengiriman produk secara tepat waktu, mengurangi waktu dan biaya dalam pemenuhan kebutuhan, memusatkan kegiatan perencanaan dan distribusi, serta pengelolaan manajemen persediaan yang baik antara pemasok (vendor) dan konsumen. SCM menyediakan struktur yang memungkinkan proses dan implementasi rencana dapat dijalankan dan menyediakan berbagai sistem untuk

melaksanakan proses dan implementasi dari perencanaan SCM dapat menjadikan aktifitas perusahaan lebih terstruktur, terkoordinasi, terjadwal dan terpadu sehingga keseluruhan proses akan menjadi lebih efektif dan efisien.

Hal penting yang menjadi dasar pemikiran pada konsep ini adalah fokus pada pengurangan kesia-siaan dan mengoptimalkan nilai pada rantai pasokan yang berkaitan. Dengan demikian Manajemen Rantai Pasokan atau Supply Chain Management dapat didefinisikan sebagai pengelolaan berbagai kegiatan dalam rangka memperoleh bahan mentah, dilanjutkan kegiatan transformasi sehingga menjadi produk dalam proses, kemudian menjadi produk jadi dan diteruskan dengan pengiriman kepada konsumen melalui sistem distribusi. Kegiatan-kegiatan yang dilakukan mencakup pembelian secara tradisional dan berbagai kegiatan penting lainnya yang berhubungan dengan supplier dan distributor. Supply Chain Management meliputi penetapan pengangkutan, pembayaran secara tunai atau kredit (proses transfer), supplier, distributor dan pihak yang membantu transaksi seperti bank, hutang maupun piutang, pergudangan, pemenuhan pesanan dan informasi mengenai ramalan permintaan, produksi maupun pengendalian persediaan.

Banyak perusahaan yang telah berhasil menerapkan SCM, namun juga banyak perusahaan yang mengalami kegagalan dalam konsep mengimplemenasikan konsep-konsep SCM. SCM berkaitan dengan siklus lengkap bahan baku dari pemasok, ke produksi, ke gudang, ke distribusi sampai ke konsumen. Sementara perusahaan meningkatkan kemampuan bersaing melalui penyesuaian produk, kualitas tinggi, pengurangan biaya dan kecepatan mencapai pasar. Sebuah Supply Chain Manajemen merupakan jaringan-jaringan dari pelaku-pelaku yang mentransformasikan bahan mentah sampai dengan mendistribusikan produk. Proses panjang produk sampai pada konsumen menuntut perusahaan bekerja sama

dengan perusahaan-perusahaan lain. komponen-komponen yang membentuk supply chain merupakan sebuah channel. Hubungan jangka panjang dengan channel tersebut memberikan kestabilan pada rantai proses.

Supply Chain Managent merupakan faktor kunci strategis untuk meningkatkan efektifitas perusahaan dan realisasi tujuan perusahaan yang lebih baik. Pada era globalisasi perusahaan dituntut untuk memilih supply chain dan logistic dalam operasinya. Sebagian besar perusahaan meningkatkan efesiensi dan efektivitas supply chain. Peningkatan kerja bisnis perusahaan dapat dilakukan dengan kerjasama supplier, kinerja pengiriman, pelayanan konsumen, dan pengurangan biaya logistic.

Kinerja pada SCM dinilai berhasil salah satunya adalah hubungan kemitraan. Faktor-faktor yang menjadi keberhasilan pada Supply Chain Management adalah communication (komunikasi), trust (kepercayaan) dan adaption (adaptasi). Menurut Frohlich and Westbrook (2001), perusahaan yang berhasil adalah perusahaan yang mampu menghubungkan lingkup internal dan eksternalnya dalam satu rantai yang disebut dengan supply chain.

Dalam mengimplementasikan Supply Chain Management perusahaan harus memiliki mitra bisnis yang sesuai dengan bisnis yang dijalankan. Mitra bisnis ini berguna untuk mendorong agar Supply Chain Management di perusahaan dapat berjalan dengan baik. Jika Supply Chain Management berhasil, maka kerja sama yang terlaksana selama proses tersebut dinilai berhasil. Kualitas kerjasama haruslah terjaga dengan baik. Jika kualitas kerja sama buruk, maka hubungan mitra bisnis tidak akan berjalan dengan lancar, dan begitu pun sebaliknya. Jika kualitas dari kerja sama baik, maka hubungan mitra bisnis akan berjalan dengan lancar dan menghasilkan keuntungan bagi masing-masing perusahaan. Kita perlu memahami apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas dari kerjasama untuk

menghasilkan supply chain management yang berhasil. Komunikasi, kepercayaan dan adaptasi memegang peranan penting dalam terciptanya suatu hubungan bisnis yang baik.

Komunikasi yang baik dalam kerjasama sangat dibutuhkan untuk berbagi informasi hal ini bertujuan untuk melakukan koordinasi yang efektif dalam rantai pasokan. Berbagi informasi memungkinkan perusahaan untuk membuat keputusan yang lebih baik dan biaya rantai pasokan yang lebih rendah serta memungkinkan perusahaan untuk lebih responsive terhadap kebutuhan pelanggan. Efektivitas koordinasi pada aktivitas rantai pasokan tergantung pada teknologi informasi yang digunakan dan dapat meningkatkan kinerja organisasional. Namun, koordinasi yang dijalankan antar anggota dalam rantai pasokan seringkali mengalami kendala yang berkaitan dengan kurangnya berbagai informasi antar perusahaan dalam rantai pasoknya. Salah satu dampak kurangnya berbagi informasi antar perusahaan dalam rantai pasok adalah bullwhip effect, yang muncul karena kesalahan mengantisipasi permintaan paasar.

Dalam membangun sebuah bisnis dibutuhkan kepercayaan agar dapat membangun hubungan kemitraan dalam jangka panjang. Kepercayaan dapat meningkatkan daya saing dan mengurangi biaya transaksi. Sebuah investasi terletak pada komitmen dari hubungan pemasok dan kedua membangun kepercayaan antara perusahaan sangat penting bagi kinerja perusahaan dalam kaitannya dengan kontrak dua organisasi. Suatu kerja sama dapat juga terlibat dalam hubungan yang strategis dengan para penyalur, yang kemudian mengakibatkan kebutuhan tingkat kepercayaan dan komitmen yang lebih tinggi. Hubungan rekan kerja yang erat sangat dibutuhkan dalam mengimplementasikan Supply Chain Management. Hubungan yang erat tidak dapat terjalin apabila tidak ada rasa saling percaya. Dengan semakin meningkatnya kerjasama yang terjadi dengan rekan kerja maupun pemasok, maka rasa percaya

sangat dibuthkan. Isu kepercayaan secara signifikan sangat penting dalam hubungan supply chain, karena hubungan supply chain memerlukan tingkat ketergantungan antar perusahaan, sehingga trust menjadi komponen yang mempunyai pengaruh.

Faktor lain yang membuat hubungan bisnis menjadi baik adalah adaptasi. Adaptasi diperlukan dalam membangun bisnis agar kita dapat beradaptasi dalam hubungan kerja bisnis yang dijalankan. Adaptasi ini juga berfungsi agar kita mengetahui tentang perusahaan yang kita bangun kerja sama dengan mereka. Dalam adaptasi perusahaan dituntut agar mampu menyesuaikan dengan mitra bisnis, agar perusahaan mengetahui mitra bisnis nya masing-masing dengan cara mengetahui letak kondisi pasar dan kondisi perusahaan baik internal maupun eksternal.

Komunikasi, kepercayaan dan adaptasi adalah faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas kerjasama dalam menjalankan proses Supply Chain Management. Jika kualitas kerja sama yang dijalankan sudah baik, maka Supply Chain Management dapat dikatakan baik juga, dan begitu pun sebaliknya. Suatu kualitas kerja sama yang baik dalam menjalankan Supply Chain Management telah berhasil, maka produk maupun jasa yang dihasilkan akan baik pula dalam memproduksinya. Kualitas kerja sama yang baik akan menghasilkan produk yang baik untuk dikonsumsi oleh para customer dan pelanggan. Pentingnya kerja sama yang baik antara perusahaan satu dengan lainnya agar supply chain management di antara mereka dapat berhasil dan menghasilkan kualitas produk dan jasa yang baik.

Kerjasama yang baik dengan pelaku-pelaku supply chain sangat berperan dalam memenuhi kebutuhan bahan baku. Kerja sama dengan para supplier yang dapat diandalkan akan menghasilkan pengertian dan pemahaman yang baik akan kebutuhan dan keperluan masing-masing pihak sehingga dapat meningkatkan penghasilan perusahaan. Apabila bahan

dasar atau kebutuhan dasar dari pemasok tidak baik, performa perusahaan juga pasti akan menurun. Jika kualitas barang dengan pemasok baik dan dapat mengikuti kemauan dari perusahaan. Kualitas kerja sama yang baik akan menghasilkan kualitas produk yang baik. Kualitas produk yang dihasilkan baik akan menambah nilai perusahaan dimata pelanggan.

Kualitas produk baik dikarenakan adanya pihak-pihak yang menyediakan bahan baku yang baik dan berkualitas tinggi, sehingga produk tersebut mampu dinilai baik. Sebuah perusahaan tidak akan bisa membuat suatu produk tanpa adanya bahan baku mentah untuk membuat menjadi bahan jadi. Kualitas produk dibidang baik jika bahan baku yang diproduksi menggunakan bahan baku dari produk terbaik.

Kualitas produk sangat bergantung pada bahan baku yang dipasok oleh para supplier. Jika kualitas bahan baku yang diberikan tidak memiliki kualitas yang tidak baik, maka produk tersebut akan tidak baik. Dan sebaliknya. Jika kualitas bahan baku yang diberikan memiliki kualitas yang baik, maka produk tersebut akan menghasilkan produk yang bagus.

Dengan adanya kualitas kerja sama yang baik dengan para pemasok, maka kualitas produk yang dihasilkan akan baik juga. Dikarenakan para pemasok sudah mengenal dan memahami karakteristik dari sebuah perusahaan serta mampu untuk memberikan bahan baku yang baik. Setiap perusahaan pasti memiliki kerja sama yang baik dengan perusahaan lain dalam bidang apapun. Setiap perusahaan akan selalu menjaga hubungan kerjasama yang baik agar menghasilkan kualitas kerjasama yang baik dan dapat menghasilkan kualitas produk yang baik.

Kualitas produk yang baik akan menghasilkan nilai tinggi untuk perusahaan dimata para pelanggan. Salah satu kualitas produk menjadi perhatian banyak orang adalah kualitas makanan. Kualitas makanan menjadi pusat perhatian yang penting karena makanan

merupakan kebutuhan yang sangat penting karena dikonsumsi setiap hari. Makanan memegang peranan penting dalam upaya peningkatan kualitas sumber daya manusia. Oleh karena itu, pemenuhan penyediaan pangan yang berkualitas baik tergolong sebagai hak asasi manusia. Banyak masyarakat yang mengabaikan kualitas dari sebuah makanan dan hanya melihat dari bentuk, warna serta kemasan.

Kualitas pangan selalu menjadi pertimbangan pokok dalam perdagangan, baik perdagangan nasional maupun perdagangan internasional. Di seluruh dunia kesadaran dalam hal kualitas pangan semakin meningkat. Keamanan pangan merupakan pertanggungjawaban bersama antara pemerintah, industri yang meliputi produsen bahan baku, industri pangan dan distributor serta konsumen. Keterlibatan ketiga sektor tersebut sangat berpengaruh terhadap keberhasilan kualitas pangan. Kualitas makanan dapat baik bila bahan baku dalam proses pembuatan tersebut adalah bahan baku yang baik. Para pemasok yang telah lama bekerja sama dengan suatu perusahaan akan memberikan yang terbaik agar perusahaan tersebut dapat terus bekerja sama dengannya.

Salah satu perusahaan yang memiliki kualitas produk yang baik dikarenakan kualitas kerjasamanya yang baik adalah PT. Savoria Kreasi Rasa. PT. Savoria Kreasi Rasa merupakan perusahaan yang berdiri dan telah beroperasi sejak tahun 1984. PT. Savoria Kreasi Rasa adalah perusahaan yang diakuisisi oleh Grup Djarum dari perusahaan Nestle. PT. Savoria Kreasi Rasa menghasilkan banyak produk seperti permen, makanan kecil (snack), teh dan minuman serbuk berasa. PT. Savoria Kreasi Rasa telah mendapatkan beberapa penghargaan karena kualitas dari prproduk mereka, kesehatan dan keselamatan kerja (K3) karyawan yang dinilai sangat baik, dan lingkungan kerja yang sangat baik.

Dalam memilih supplier, PT. Savoria Kreasi Rasa memiliki ketentuan khusus untuk ikut serta dalam proses pembuat produksi produk mereka menjadi bahan jadi. Perusahaan yang bergerak di bidang makanan dan minuman ini sangat mengutamakan kualitas dari tiap produk dan setiap produk yang dihasilkan harus memenuhi standar kualitas yang ditetapkan oleh perusahaan baik dari supplier, bahan baku mentah maupun nanti menjadi bahan baku jadi.

PT. Savoria Kreasi Rasa adalah perusahaan yang memiliki banyak kerjasama dengan beberapa supplier serta sangat menjaga hubungan yang baik dengan beberapa perusahaan yang bekerjasama dengan perusahaan ini. Pentingnya bagi perusahaan ini untuk menjaga kualitas kerjasama yang baik, untuk memudahkan mereka dalam menjalan proses produksi produk yang dihasilkan oleh perusahaan ini.

1.2. Rumusan Masalah

1. Apakah *Trust* dalam *Supply Chain Management* memiliki pengaruh positif terhadap *Quality Cooperation*?
2. Apakah *Communication* dalam *Supply Chain Management* memiliki pengaruh positif terhadap *Quality Cooperation*
3. Apakah *Adaption* dalam *Supply Chain Management* memiliki pengaruh positif terhadap *Quality Cooperation*?
4. Apakah *Quality Cooperation* memiliki pengaruh positif terhadap *Food Quality*?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang dialami secara langsung oleh perusahaan dan rumusan masalah penelitian yang dipilih oleh peneliti. Tujuan penelitian ini perlu ditetapkan agar nantinya pelaksanaan penelitian dapat lancar dan sesuai dengan tujuan yang dimaksud sebelumnya.

1. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah *Trust* dalam *Supply Chain Management* memiliki pengaruh positif terhadap *Quality Cooperation*.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah *Communication* dalam *Supply Chain Management* memiliki pengaruh positif terhadap *Quality Cooperation*.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah *Adaption* dalam *Supply Chain Management* memiliki pengaruh positif terhadap *Quality Cooperation*.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah *Quality Cooperation* memiliki pengaruh positif terhadap *Food Quality*.

1.4. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat mempunyai manfaat, yaitu:

1.4.1. Manfaat Praktis

Dengan dilakukannya penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk pihak-pihak terkait, antara lain:

1. Bagi pihak perusahaan. Hasil penelitian diharapkan dapat membantu perusahaan untuk membangun hubungan komunikasi terhadap kualitas kerjasama antara anggota rantai pasokan makanan.

2. Bagi pihak perusahaan. Hasil penelitian diharapkan dapat membantu perusahaan untuk membangun hubungan kepercayaan terhadap kualitas kerjasama antara anggota rantai pasokan makanan.
3. Bagi pihak perusahaan. Hasil penelitian diharapkan dapat membantu perusahaan untuk membangun hubungan adaptasi terhadap kualitas kerjasama antara anggota rantai pasokan makanan.
4. Bagi pihak perusahaan. Hasil penelitian diharapkan dapat membantu perusahaan untuk memberikan referensi hubungan antara kualitas kerjasama antara anggota rantai pasokan terhadap kualitas makanan.
5. Bagi mahasiswa dan akademisi. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan masukan bagi mahasiswa/I dan para akademisi yang akan melakukan pengembangan lebih lanjut terkait dengan kualitas makanan terhadap hubungan dengan anggota rantai pasokan makanan.
6. Bagi peneliti. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambahkan pengetahuan dan peningkatan wawasan dengan mengembangkan teori yang berkaitan dengan kualitas kerjasama terhadap kualitas pangan anggota rantai pasokan makanan.

1.4.2. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini dapat menjadi landasan sebagai referensi penelitian sejenis. Selain itu juga menjadi sebuah nilai tambah bagi pengetahuan ilmiah dalam bidang pendidikan di Indonesia.