



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 II

LANDASAN TEORI

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1. Management

1. *“Management is defined as the pursuit of organizational goals for efficient and effective organization, or value managers because of the multiplier effects Good managers have influence on organizations far beyond the results that can be achieved by one person acting alone. Managers are well paid, with CEOs and good salaries and many benefits.”* (Angelo Kinicki, 2016) (Angelo Kinicki, 2016)

Manajemen dapat didefinisikan sebagai pengejaran dalam tujuan organisasi yang secara efisien dan efektif. Suatu organisasi dan juga orang yang ikut serta dalam bekerja bersama untuk memenuhi suatu tujuan tertentu. Seorang manajer yang baik mempunyai pengaruh yang besar pada suatu organisasi yang jauh melampaui hasil dalam suatu hal yang dapat diraih dengan satu orang. Manajer diupah dengan oleh chief executive officer dan presiden dari bisnis yang kecil dan menengah serta mendapatkan gaji yang layak dan cenderung banyak manfaat.

2.1.2. Operation Management

“Production (production) is a creation of goods and services. Operations management (OM) is a series of activities that create barang values and services by converting inputs into results. Activities to create

goods and services exist in all organizations. In manufacturing companies the production activities that create goods are usually quite clear. We may often refer to this as a service activity. Services may be hidden from the public and even from customers. Products may be in the form, such as transfer of funds from accountants to an account for checks, liver transplantation, filling empty seats in an airline, or education from a student. Regardless of whether the final product is an item or service, production activities that take place in an organization often refer to operations, or operations management.” (Heizer, Render, & Munson, 2017)

Produksi (production) adalah sebuah pembuat suatu barang dan juga jasa. Manajemen operasi (operations management-OM) adalah suatu serangkaian aktivitas yang dapat membuat nilai dalam bentuk barang dan jasa dengan mengubah pemasukan menjadi suatu hasil. Aktivitas menciptakan barang dan jasa yang berada di seluruh organisasi. Dalam perusahaan manufacturing, aktivitas produksi bertujuan untuk menciptakan suatu barang. Dalam suatu organisasi yang tidak membuat suatu barang atau produk yang berwujud, fungsi produksinya dapat dikatakan menjadi tidak jelas. Hal ini dapat disebut sebagai aktivitas jasa. Jasa mungkin tidak terlihat dari publik dan bahkan dari pelanggan. Terlepas dari apakah produk akhir tersebut adalah suatu barang atau pun jasa, aktivitas produksi yang berjalan dalam suatu organisasi sering dikatakan merujuk sebagai operasi, atau dapat dibidang manajemen

operasi.

2.1.3. Innovation

“Innovation is the specific instrument of entrepreneurship.” Yaitu dapat diartikan bahwa inovasi adalah sebuah instrument khusus dari kewirausahaan. Selain itu di dalam buku tertulis *“It is the act that endows resources with a new capacity to create wealth. Innovation, creates a resource.”* (Druker, 2006) yaitu dapat diartikan sebagai suatu tindakan yang memberikan sumber daya dengan kapasitas yang baru untuk menciptakan suatu kekayaan atau dapat dikatakan bahwa inovasi menciptakan sumber daya.

Yang harus dilakukan dalam berinovasi menurut adalah:

- *“Purposeful, systematic innovation begins with the analysis of the opportunities. It begins with thinking through what I have called the sources of innovative opportunities. In different areas, different sources”* atau dapat diartikan bahwa inovasi yang sistematis dapat dimulai dengan analisa dari peluang yang ada. Hal tersebut dapat disebut sebagai sumber dari peluang di daerah yang berbeda dan juga sumber yang berbeda.
- *“Demographics, may be of very little concern to innovators in fundamental industrial processes, to someone looking, for the “missing link” where there is a clear incongruity between economic realities”* dapat disimpulkan bahwa setiap inovasi harus di analisis secara sistematis dan dipelajari lebih dalam lagi. (Druker, 2006)

2.1.4. Supply Chain

“The coordination of all supply chain activities involved in enhancing customer value.” (Heizer, Render, & Munson, 2017) Atau dapat diartikan sebagai koordinasi dari semua aktivitas rantai pasokan *Supply Chain* yang terlibat yang bertujuan untuk meningkatkan nilai dari pelanggan. *“A supply chain includes suppliers; manufacturers or service providers; and distributors, wholesalers, and retailers who deliver the product or service to the final customer.”* Atau dapat diartikan bahwa *Supply Chain* dapat termasuk kedalam supplier yaitu produsen dan juga pemilik layanan, lalu para distributor, supplier yang mengirim produk atau layanan sampai ke pelanggan yang paling akhir.

Tujuan dari *Supply Chain* berdasarkan sumber adalah sebagai berikut *“The objective of supply chain management is to structure the supply chain to maximize its competitive advantage and benefits to the ultimate consumer.”* Atau dapat didefinisikan bahwa tujuan dari suatu *Supply Chain Management* adalah untuk menyusun rantai pasokan (*Supply Chain*) agar lebih baik lagi dan dapat memaksimalkan keunggulan kompetitif dan manfaatnya bagi pelanggan atau konsumen.

“The supply chain includes all the interactions among suppliers, manufacturers, distributors, and customers.” *Supply Chain* dapat dibayangkan mencakup seluruh interaksi antara pemasok, produsen, distributor, dan yang terakhir pelanggan. *“A well-functioning supply chain has information flowing between all partners.”* Maka itu *Supply*

Chain yang berfungsi dengan baik adalah jika memiliki komunikasi yang baik pula dengan semua yang berhubungan.

2.1.5. Integral Integration

“If a group is to accomplish tasks that enable it to adapt to its external environment, it must be able to develop and maintain a set of internal relationships among its members.” (Schein, 2004) (Schein, 2004) atau dapat diartikan bahwa disetiap kelompok harus menjaga relasi yang baik didalam hubungan internalnya jika ingin beradaptasi dengan lingkungan yang berada di eksternal.

“The processes that build and develop the group occur at the same time as the processes of problem solving and task accomplishment.” Dapat disimpulkan bahwa untuk membangun kinerja dan mengembangkan kinaerja didalam suatu kelompok butuh dilakukan bersama-sama agar dapat memecahkan masalah dan dapat menyelesaikan tugas dengan baik dan sempurna.

“The processes that allow a group to internally integrate itself reflect the major internal issues that any group must deal with.” Yang terjadi didalam perusahaan, mencerminkan hasil yang ditunjukkan. Proses dari integrasi yang berada di internal perusahaan sangat penting untuk kinerja perusahaan.

Karakteristik Penting didalam Integrasi Internal

- *“Creating a common language and conceptual categories. If members cannot communicate with and understand each other, a group is*

impossible by definition.” Atau dapat disimpulkan bahwa jika anggota didalam kelompok tidak memiliki komunikasi yang baik maka dapat dikatakan akan sulit untuk memahami satu sama lain. Maka itu harus saling berkomunikasi dengan baik agar.

- *“Defining group boundaries and criteria for inclusion and exclusion. The group must be able to define itself. Who is in and who is out, and by what criteria does one determine membership.”* Atau dapat disimpulkan bahwa didalam suatu kelompok harus mengetahui kemampuan dai setiap member dan menempatkan diposisi yang sesuai dengan kriteria.
- *“Distributing power and status. Every group must work out its pecking order, its criteria and rules for how members get, maintain, and lose power. Consensus in this area is crucial to helping members manage feelings of anxiety and aggression.”* Didalam suatu kelompok harus mengetahui kekuasaan dan bagaimana mereka menentukan kekuasaan yang diduduki agar memahami aturan yang ada.
- *“Developing norms of intimacy, friendship, and love. Every group must work out its rules of the game for peer relationships, for relationships between the sexes, and for the manner in which openness and intimacy are to be handled in the context of managing the organization’s tasks. Consensus in this area is crucial to help members manage feelings of affection and love.”* Dapat disimpulkan bahwa setiap anggota kelompok harus dapat membantu anggota lain nya agar dapat mengembangkan

relasi yang lebih baik dan dapat menimbulkan rasa percaya dengan satu sama lain. Hal tersebut akan dapat meningkatkan kinerja dari perusahaan jika dapat saling mengandalkan satu sama lain.

- “*Defining and allocating rewards and punishments. Every group must know what its heroic and sinful behaviors are and must achieve consensus on what is a reward and what is a punishment.*” Dapat disimpulkan dan diartikan bahwa di suatu kelompok, setiap anggota harus memiliki pemahaman mengenai *reward* dan *punishment* di dalam suatu perusahaan. Setiap anggota akan mendapatkan hadiah jika melakukan kinerja yang baik. Selain itu anggota yang melakukan kesalahan dapat mendapatkan hukuman atas apa yang sudah dilakukan.
- “*Explaining the unexplainable—ideology and religion. Every group, like every society, faces unexplainable events that must be given meaning so that members can respond to them and avoid the anxiety of dealing with the unexplainable and uncontrollable.*” Dapat disimpulkan bahwa tidak semua nya dapat dijelaskan contohnya mengenai agama.

2.1.6. Suppliers

Supplier dapat diartikan sebagai pemasok. Suatu pemasok dapat memasok ke suatu perusahaan dan lain-lain. Terdapat beberapa *relationship type* dalam supplier berdasarkan (O'Brien, 2014) yaitu:

- *Arm's length supplier*: yaitu dimana pengaturan dalam transaksi kepada pembeli / penjual dilakukan dengan sederhana untuk suatu barang atau jasa.
- *Subcontractor*: yaitu tipe pemasok dengan jumlah yang cenderung besar untuk membangun suatu proyek. Dapat dikategorikan sebagai perdagangan konstruksi dan lain-lain.
- *Preferred Supplier*: tipe pemasok yang ingin diakui secara formal atau informal sebagai seseorang yang memasok ke suatu perusahaan.
- *Outsourced provider*: suatu pemasok yang siap sedia melakukan tugas dan mengambil tanggung jawab dalam memenuhi proses kerja di suatu perusahaan untuk mencapai target.
- *Critical supplier*: tipe pemasok dimana memiliki peran yang sangat penting kepada suatu perusahaan sehingga perusahaan tersebut akan sulit untuk mengganti pemasok yang lain.
- *Strategic supplier*: tipe supplier dimana memiliki sesuatu hal yang penting bagi perusahaan dengan cara membantu meraih tujuan perusahaan, memberikan inovasi kepada perusahaan, penawaran, informasi, dan lain-lain.

- *Partner*: pasangan didalam suatu bisnis untuk bekerja sama agar dapat mencapai tujuan perusahaan bersama. Terdapat kontrak formal dan juga insentif.
- *Group Company*: tipe pemasok yang dimiliki oleh perusahaan atau dimiliki didalam grup.

2.2 Identifikasi Variabel Penelitian

1. Dependent Variable

“The variable, value of which may change due to change in the value of other variable” atau dapat diartikan sebagai bahwa variabel yang nilainya dapat berubah karena perubahan nilai variabel lain. (Shukla, 2018).

2. “The variable that affects the cause and effect relationship between independent and dependent variables” atau dapat disimpulkan bahwa moderator variable memiliki faktor pendorong untuk memperjelas hubungan antara variable yang independen dan juga dependen. (Shukla, 2018)
3. “The variable, value of which affects the value of another variable” atau dapat diartikan bahwa suatu variable yang dapat mempengaruhi variable lainnya. (Shukla, 2018).

2.3 Jenis Penelitian

Causal research adalah cara untuk menentukan atau menghubungkan variable satu ke variable lainnya apakah terjadi korelasi atau tidak.

2.4 Teknik Pengambilan Sampel

Dalam teknik pengambilan sampel terdapat 2 jenis teknik, yaitu : *Probability Sampling* dan *Nonprobability Sampling*. Berikut penjelasan yang akan penulis jelaskan mengenai kedua sampling tersebut:

1. *Probability Sampling* (Levy, 2008)

“*A probability sample has the characteristic that every element in the population has a known*” yaitu dapat dijelaskan bahwa sampel probabilitas memiliki suatu karakteristik bahwa setiap elemen yang terdapat didalam populasi memiliki probabilitas dan bukan nol untuk dimasukkan ke dalam suatu sampel.

2. *Nonprobability sampling* (Levy, 2008)

“*Nonprobability sampling, the user has no firm method of evaluating either the reliability or the validity of the resulting estimates.*” Atau dapat diartikan bahwa pengguna dari sampel ini tidak memiliki metode yang pasti untuk mengevaluasi reliabilitas dan validitas dari estimasi yang dihasilkan.

2.5 Data Penelitian

Terdapat 2 data di dalam penelitian yaitu *Primery Data* dan *Secondary Data*. Berikut penjelasan lebih lanjut mengenai kedua data tersebut:

1. Data Primer (*Primary Data*)

“Primary research involves gathering data for a specific research task. It is based on data that have not been gathered beforehand. Primary research can be either qualitative or quantitative.” Atau dapat didefinisikan sebagai teknik pengumpulan data untuk tugas penelitian tertentu. Diambil berdasarkan data yang belum pernah dikumpulkan sebelumnya. Penelitian primer terbagi menjadi 2 (dua) yaitu dapat berupa kualitatif dan kuantitatif.

“Primary research can be used to explore a market and can help develop the hypotheses or research questions that must be answered by further research.” Atau dapat didefinisikan bahwa penelitian dengan data primer dapat digunakan untuk mengeksplorasi pasar dan dapat berguna untuk mengembangkan hipotesis dan juga pertanyaan yang ingin dijawab oleh penelitian lebih lanjut.

2. *“Secondary data can provide sources for hypotheses that can be explored through primary research.”* Atau dapat artikan bahwa *secondary data* dapat memberikan sumber hipotesis yang dapat dicari tahu dan di eksplor lebih lanjut melalui penelitian primer.

2.6 Penelitian Terdahulu

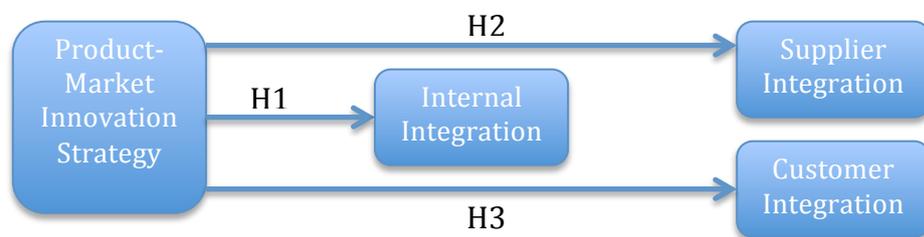
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti	Publikasi	Judul Penelitian	Temuan Inti
1	Tesfaye Tolu Feyissa, R. Raghavendra Kumar Sharma, Kuei-Kuei Lai (2018)	Emerald Insight	The impact of the core company's strategy on the dimensions of supply chain integration	SCI atau yang dapat dibidang <i>Supply Chain Integration</i> dapat dianggap menjadi pendorong dari kinerja di suatu perusahaan yang kompetitif. Tujuan untuk mengkesplor dampak dari strategi inovasi pasarpada perusahaan inti dalam SCI.
2	Hooshang M. Beheshti, Pejvak Oghazi, Rana Mostaghel, Magnus Hultman (2014)	Emerald Insight	Supply chain integration and firm performance: an empirical study of Swedish manufacturing firms	Dampak dari <i>Supply Chain Integration</i> terhadap kinerja dari keungan di perusahaan manufaktur di Swedia. Apakah related segan keuangan yang berada didalam perusahaan.
3	Yubing Yu, Baofeng Huo, Zuopeng (Justin) Zhang (2020)	Emerald Insight	Impact of information technology on supply chain	Menunjukkan bahwa integrasi sistem / proses pemasok dan integrasi sistem pelanggan mempunyai suatu

			integration and company performance: evidence from cross-border e-commerce companies in China	pengaruh yang tidak langsung signifikan terhadap suatu kinerja keuangan perusahaan, yang menunjukkan peran mediasi kinerja operasional dalam meningkatkan kinerja keuangan melalui SCI.
--	--	--	---	---

Sumber: diolah oleh penulis, 2020

2.7 Model Penelitian



Gambar 2.1 Model Penelitian Dimodifikasi

Sumber: “*The impact of the core company’s strategy on the dimensions of supply chain integration*” Tesfaye Tolu Feyissa, R. Raghavendra Kumar

Sharma, Kuei-Kuei Lai, 2018

Model pada penelitian kali ini diambil dari jurnal yang berjudul “*The impact of the core company’s strategy on the dimensions of supply chain integration*”.

Jurnal tersebut didapat penulis melewati situs Emerald Insight yang ditulis oleh Tesfaye Tolu Feyissa, R. Raghavendra Kumar Sharma, Kuei-Kuei Lai pada tahun 2018. Berikut adalah hipotesis yang terdapat di penelitian kali ini dengan mengangkat hipotesis dari jurnal tersebut:

Hypothesis Development

Pada setiap penelitian ilmiah tentu saja dibawan tuntunan suatu hipotesis yang berfungsi sebagai acuan sementara dalam mencari jawaban yang dibutuhkan untuk dibuktikan kebenarannya.

Menurut Chen 2009, Integrasi *Supply Chain* (*Internal, supplier, dan customer integraton*) meningkatkan penyederhanaan proses dan konektivitas informasi. Zhang dan Huo 2013 berpendapat bahwa integrasi pemasok dan pelanggan berdampak positif terhadap kinerja keuangan.

Maka dapat dikatakan bahwa integrasi rantai pasok yang mencakup integrasi internal dapat meningkatkan konektivitas informasi yang terjadi didalamnya sehingga hal tersebut menjadi salah satu hal yang berhubungan dengan cara untuk meningkatkan koneksi untuk di dalam internal perusahaan. Selain itu bahwa dapat dikatakan bahwa jika integrasi *supplier* dan integrasi *customer* memiliki dampak yang positif terhadap kinerja keuangan, maka inovasi dan strategi untuk mengembangkan produk dan akan menghasilkan penjualan yang baik, dapat mempengaruhi *supplier integration* dan *customer integration*. Hal tersebut menjadi penghubung ke masing-masing variabel yang terdapat di dalam penelitian dan memiliki dampak-dampak tertentu.

H1: *Product Market Innovation Strategy* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Internal Integration*.

H2: *Product Market Innovation Strategy* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Supplier Integration*.

H3: *Product Market Innovation Strategy* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Customer Integration*.