

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

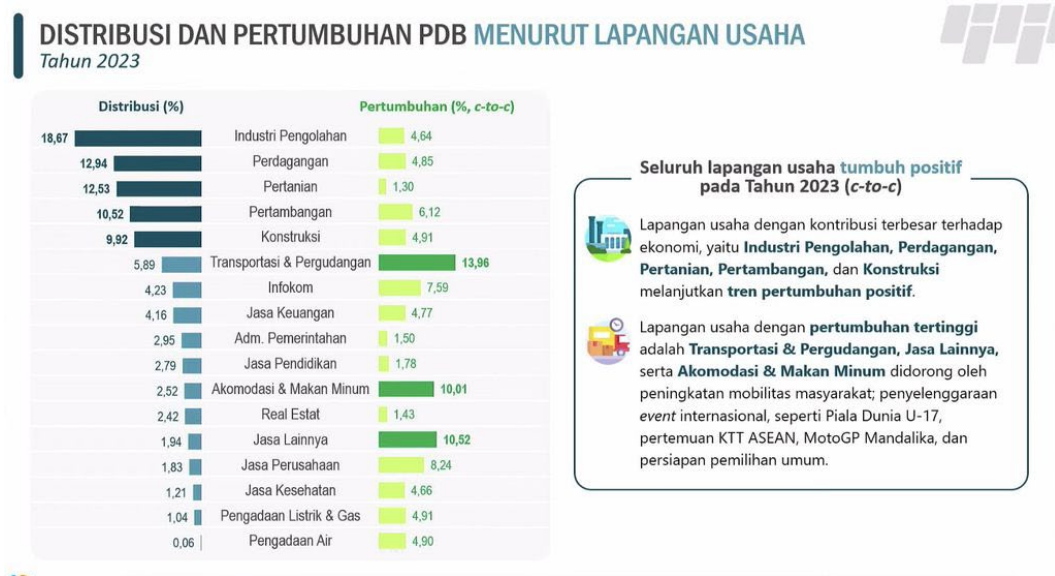
### **1.1 Latar Belakang**

Manajemen logistik adalah proses perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian proses kegiatan logistik, mulai dari pengadaan, penyimpanan, pembongkaran, dan distribusi, untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Dalam organisasi publik, manajemen logistik sangat erat kaitannya dengan kinerja fungsi pemerintahan. Proses ini tidak hanya berkisar pada pengadaan barang untuk memenuhi kebutuhan instansi pemerintah, tetapi juga berperan penting dalam kehidupan sehari-hari. Sebab, kegiatan pengelolaan logistik sangat erat kaitannya dengan kehidupan sehari-hari dan pada gilirannya juga berkaitan dengan pelaksanaan misi nasional (Rahmatullah, 2020).

Peran logistik pada instansi pemerintah meliputi logistik internal, atau kebutuhan barang untuk operasional lembaga, dan logistik eksternal, atau penyediaan logistik untuk masyarakat lokal, dunia usaha, dan lembaga lainnya. Penyelenggaraan tugas nasional dilaksanakan secara eksternal yaitu pemberian pelayanan kepada masyarakat. Dalam jasa logistik eksternal, pemerintah tidak bertindak langsung sebagai entitas logistik, melainkan bertindak dari sudut pandang kebijakan, informasi, dan dukungan terhadap fasilitas umum seperti jalan, transportasi, terminal, pelabuhan, dan pasar.

Logistik yang dikelola dengan baik baik kuantitas, kualitas, waktu, dan biaya dapat menjadi aset utama lembaga publik, menjadi sumber pendapatan strategis, dan berperan dalam mendorong kegiatan perekonomian. Secara umum kegiatan logistik adalah penyediaan dan penyerahan barang atau bahan dalam jumlah tertentu, pada waktu yang tepat, dan ke lokasi tertentu dengan biaya serendah mungkin. Melalui proses logistik, material akan sampai ke tempat produksi melalui jalur distribusi, sehingga akan mendatangkan keuntungan yang

besar. Dengan cara ini, sistem logistik menyederhanakan dan mempercepat arus barang dan jasa menjadi layanan terpadu, serta menjadi sumber nilai tambah baru, yang menjadi sumber pendapatan. Semakin besar suatu organisasi, maka semakin kompleks pula organisasi tersebut. Berikut adalah data perkembangan laki industri distribusi.



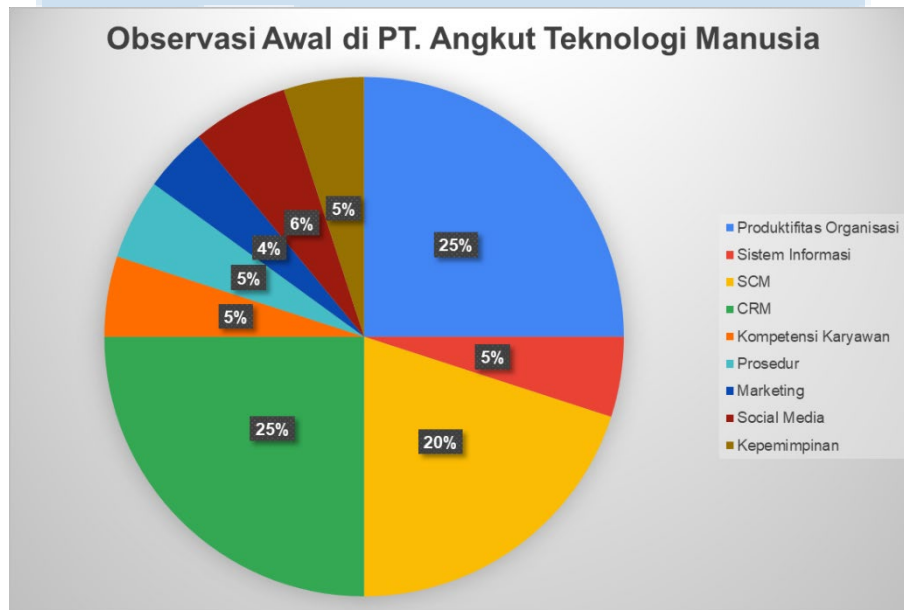
Gambar 1.1 Laju Pertumbuhan Industri

Sumber: (Rachman, 2024)

Industri dengan sebaran perekonomian terbesar adalah industri pengolahan sebesar 18,67%. Namun tingkat pertumbuhannya tidak terlalu tinggi yaitu 4,64%. Sektor ekonomi lainnya yang paling luas penyebarannya adalah perdagangan sebesar 12,94% dan pertanian sebesar 12,53%. Laju pertumbuhan masing-masing sektor tersebut masing-masing tetap sebesar 4,85% dan 1,30%. Namun, industri yang berkinerja buruk pada Januari hingga Desember adalah real estate dengan tingkat pertumbuhan 1,43% dan dividen 2,42%. Hal serupa juga terjadi pada 1,50% administrasi publik dan 1,78% pendidikan (Rachman, 2024).

Penurunan volume di sektor logistik juga dipengaruhi oleh pertumbuhan impor dan ekspor Indonesia yang dipengaruhi oleh pertumbuhan ekonomi negatif. Pertumbuhan ekspor sebesar -6,37% dan impor-11,89% (qoq). Penurunan impor dan ekspor disebabkan industri Indonesia menjadi bagian dari rantai pasok global yang terdampak pandemi COVID-19. Penurunan impor yang tajam tersebut,

selain penurunan permintaan dalam negeri, menunjukkan bahwa industri Indonesia bergantung pada pasokan barang modal dan bahan baku dari luar negeri (Setijadi, 2020). Produktivitas organisasi adalah ukuran seberapa efisien dan efektif suatu organisasi secara keseluruhan menggunakan sumber daya, proses, dan strateginya untuk mencapai tujuan dan sasarannya. Berdasarkan observasi awal yang dilakukan terkait dengan aspek prioritas yang perlu diperbaiki oleh perusahaan dengan menyebarkan angket kuesioner bersikan permasalahan yang biasa terjadi melalui 30 responden karyawan di Deliverree, didapat ada 3 unsur yang terbesar yaitu aspek *Supplier Relationship Management*, *Customer Relationship Management* dan Peningkatan Produktifitas Perusahaan.



Gambar 1.2 Observasi Awal Deliverree Berdasarkan 30 Responden

Sumber: Olah Data Peneliti (2024)

Dari data di atas menunjukkan tingkat dari permasalahan yang terjadi di PT. Angkut Teknologi Indonesia. Nilai terbesar ada pada *Organisational Productivity*, Karena peran dari *Organisational Productivity*, *Supplier Relationship Management* dan *Customer Relationship Management* penting untuk menjadikan organisasi dan individu lebih efisien, efektif, dan terampil. Aspek CRM menurut responden menjadi prioritas perbaikan yang perlu dilakukan perusahaan. Dengan memperbaiki proses CRM yang ada di perusahaan diharapkan perusahaan bisa

meningkatkan hubungan yang lebih baik dengan pelanggan yang pada akhirnya akan menciptakan loyalitas pelanggan yang meningkatkan penjualan perusahaan.

Sementara SRM menjadi prioritas yang kedua. SRM menjadi penting karena perusahaan tidak dapat bekerja sendiri. Perusahaan membutuhkan pihak-pihak lain seperti rekanan distribusi, forwarder, institusi keuangan, dan lain-lain. Dari sini penulis tertarik untuk menganalisis lebih lanjut mengenai 3 aspek ini sebagai variabel penelitian. Permasalahan yang terjadi di *Organisational Productivity* seperti stok barang yang berkurang, penekanan dari permasalahan seperti SRM yang kurang dengan pemasok, sehingga menghambat proses pengerjaan dari Deliverer.

Produktivitas organisasi adalah ukuran seberapa efisien dan efektif suatu organisasi secara keseluruhan menggunakan sumber daya, proses, dan strateginya untuk mencapai tujuan dan sasarannya. Berdasarkan observasi awal ditemukan bahwa deliverer perlu di tingkatkan dari aspek *Organisational Productivity* di PT. Angkut Teknologi Indonesia. Karena peran dari *Organisational Productivity* penting untuk menjadikan organisasi dan individu lebih efisien, efektif, dan terampil. Di tingkat nasional, peningkatan produktivitas juga akan memberikan peluang untuk meningkatkan, atau setidaknya mempertahankan standar hidup sekaligus berupaya meningkatkan kualitas hidup. Dari data di atas terlihat bahwa nilai dari tanggapan karyawan Deliverer menggunakan skala likert terhitung rendah, artinya banyak dari mereka yang memberikan nilai kurang baik dan belum terelisasikan terkait *Supplier Relationship Management* dan *Customer Relationship Management* terhadap *organisational productivity* PT. Angkut Teknologi Indonesia. Produktivitas organisasi merupakan faktor penting dalam daya saing, profitabilitas, dan kesuksesan organisasi secara keseluruhan. Perkembangan tersebut terjadi karena prediksi yang sesuai dengan analisis lapangan, karena pada umumnya transportasi logistik menjadi tombak penting dari perkembangan ekonomi di Indonesia.

Seiring dengan semakin beragamnya bahan, produk, peralatan, dan

perlengkapan yang kami tangani, manajemen logistik menjadi penting. Perekonomian global mengacu pada sistem ekonomi yang saling berhubungan antara negara-negara yang terletak di berbagai belahan dunia. Ini melibatkan produksi, pertukaran dan konsumsi barang dan jasa di seluruh dunia. Komponen utamanya adalah perdagangan internasional, pasar mata uang dan pergerakan modal dan tenaga kerja melintasi batas negara. Industri memainkan peran penting dalam perekonomian global, berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja dan ketersediaan berbagai macam produk. Setiap perusahaan tentu mengharapkan karyawannya bekerja dengan baik dan produktif, namun hal tersebut tidak akan mudah dicapai tanpa adanya pengelolaan sumber daya manusia secara profesional. Salah satu faktor yang dapat meningkatkan produktivitas karyawan yaitu kinerja karyawan. Namun adanya penilaian kinerja karyawan dilihat dari 2 faktor utama seperti Disiplin Kerja dan Kemampuan Kerja karyawan tersebut. Menurut Robbins & Judge (2015) dalam jurnal (Sabarijal Lul Fikri, 2020), kinerja didefinisikan sebagai hasil yang dicapai seseorang sesuai dengan standar pekerjaan.

*Supplier Relationship Management* adalah proses bisnis inti dalam manajemen rantai pasokan yang mengelola hubungan antara perusahaan dan pemasoknya. Sederhananya, *Supplier Relationship Management* adalah proses yang memungkinkan perusahaan mengintegrasikan sumber daya, teknologi, alat, dan proses yang tepat untuk menyelaraskan perusahaan dan pemasoknya serta membangun hubungan kuat yang menguntungkan kedua belah pihak (Paragony, 2020).

*Supplier Relationship Management* memainkan peran penting dalam keberhasilan perusahaan. Hal ini karena diperkirakan antara 50 dan 90% dari biaya produksi adalah biaya pembelian bahan atau bahan baku dan pembuatan komponen. Secara teori, mengelola hubungan pemasok yang tepat dapat membantu perusahaan mengurangi biaya pembelian bahan dan komponen selama produksi (Paragony, 2020).

Hasil survei awal di PT. Angkut Teknologi Indonesia menggambarkan bahwa divisi logistic memiliki permasalahan terkait customer relationship management yang memiliki tujuan meningkatkan kepuasan pelanggan secara keseluruhan dan membangun hubungan jangka panjang yang sehat dengan pelanggan lama dan calon pelanggan yang berkontribusi terhadap retensi pelanggan melalui manajemen informasi dan peningkatan kinerja. Penelitian ini melakukan survei terhadap karyawan deliverer yang memiliki ikatan dengan PT. Angkut Teknologi Indonesia.

Menurut Ramadhanti, (2020) dalam jurnal Fauziyyah, (2022) perkembangan strategi *customer relationship management* yang baik didorong oleh pendekatan perusahaan yang baik terhadap konsumen. Sebab, dengan memahami kepribadian pelanggannya, perusahaan dapat mengetahui kecenderungan mereka dalam membeli produk. Perusahaan dapat melakukan kegiatan pemasaran produk yang selaras dengan tren kepribadian pelanggan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan.

Sikap yang dihasilkan dari emosi ini juga disebut sebagai kepuasan kerja, tekanan, dan frustrasi. Oleh karena itu, ketika karyawan berada dalam tekanan kerja maka akan mempengaruhi kinerjanya di kantor. Dampak nyata dari tekanan kerja ini adalah energi yang harus dikeluarkan karyawan untuk bekerja menjadi berkurang, karena energi yang mereka hasilkan terkonsentrasi pada tekanan dari atasannya. Mutu pelayanan yang diberikan pegawai akan menurun, dan pada saat yang sama mutu kerjanya pun menurun, Hal ini mempengaruhi *Organisational Productivity* itu sendiri (Wahyu Abadi, 2021).

Terdapat beberapa indikasi masalah dalam penerapan *customer relationship management* yang sudah seharusnya terimplementasi dengan baik secara terstruktur terhadap *organisational productivity* di PT. Angkut Teknologi Indonesia seperti manajemen waktu penyelesaian masalah terkait kerusakan listrik, distributor dari bahan baku untuk perbaikan memakan waktu lama dan informasi yang diterima terkadang memiliki ketidak samaan dengan kondisi lapangan.

## 1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah yang akan di bahas dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh *supplier relationship management* terhadap *organisational productivity* di PT. Angkut Teknologi Indonesia?
2. Bagaimana pengaruh *customer relationship management* terhadap *organisational productivity* di PT. Angkut Teknologi Indonesia?
3. Bagaimana pengaruh *supplier relationship managemen* dan *customer relationship management* secara simultan terhadap *organisational productivity* di PT. Angkut Teknologi Indonesia?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Adapun dengan rumusan masalah yang telah dirumuskan, maka tujuan dari penelitian yang dilakukan adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh *supplier relationship management* terhadap *organisational productivity* di PT. Angkut Teknologi Indonesia,
2. Untuk mengetahui pengaruh *customer relationship management* terhadap *organisational productivity* di PT. Angkut Teknologi Indonesia,
3. Untuk mengetahui *supplier relationship managemen* dan *customer relationship management* secara simultan terhadap *organisational productivity* di PT. Angkut Teknologi Indonesia.

## 1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang ingin di capai berdasarkan rumusan masalah adalah:

1. Bagi peneliti, dengan melakukan survei terkait *relationship management* dan *customer relationship management* terhadap *organisational productivity* di PT. Angkut Teknologi Indonesia, peneliti dapat menambah wawasan terhadap penerapan manajemen logistik dan aspek lainnya yang bertujuan memajukan perusahaan.

2. Bagi perusahaan, dengan adanya penelitian ini yang bertujuan untuk memastikan *relationship management* dan *customer relationship management* sudah terimplementasi dengan baik serta kekurangan yang dimiliki dapat ditinjau kembali untuk proses penyempurnaan *organisational productivity* di PT. Angkut Teknologi Indonesia.
3. Bagi pembaca, dengan adanya penelitian ini dapat memahami betapa pentingnya *relationship management* dan *customer relationship management* terhadap perusahaan bagi kesiapannya dan pemahaman untuk proses *organisational productivity* agar berjalan dengan baik.

### **1.5 Sistematika Penelitian**

Penelitian ini meliputi sistematika penelitian yang mencakup 5 (lima) bab, sebagai berikut:

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Dalam bab ini dibahas mengenai latar belakang dari masalah yang ingin diteliti, termasuk juga membahas mengenai rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, keterbatasan penelitian, dan termasuk juga sistematika penelitian itu sendiri.

#### **BAB II LANDASAN TEORI**

Dalam bab ini dibahas tentang teori-teori yang menyangkut topik yang dibahas, termasuk juga membahas peraturan perundang-undangan yang berlaku mengenai topik yang dibahas.

#### **BAB III METODE PENELITIAN**

Dalam bab ini dibahas mengenai metode penelitian yang meliputi subyek penelitian, teknik pengumpulan data, dan teknik pengolahan dan analisa data. Pada bab ini juga akan diuraikan mengenai gambaran umum mengenai perusahaan tempat dilakukan penelitian.

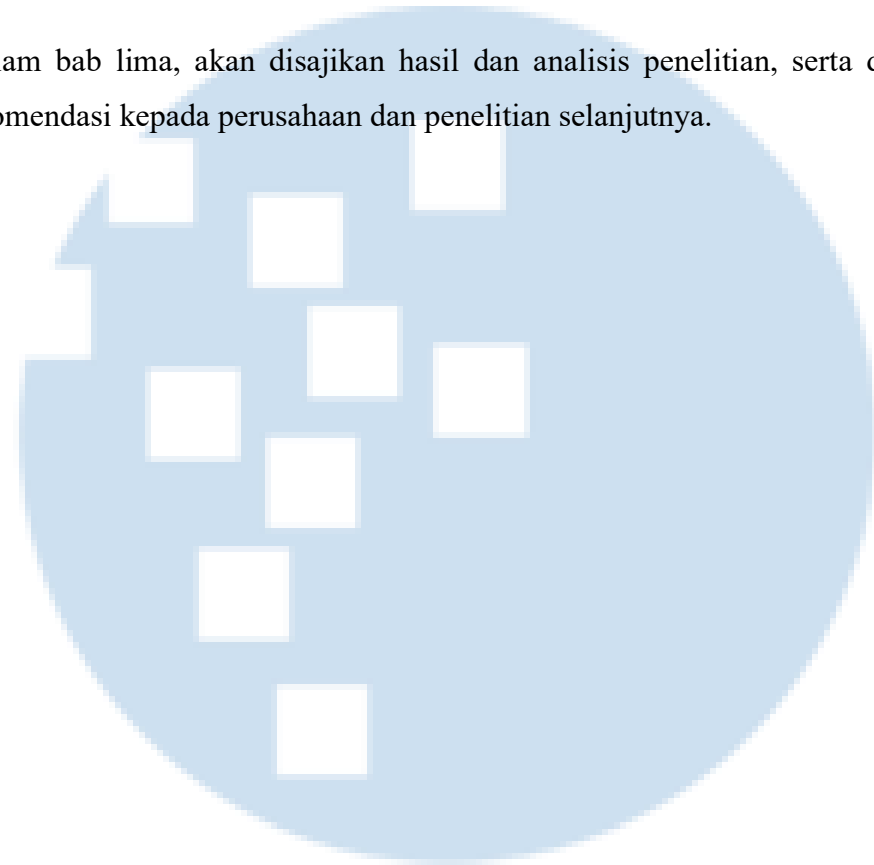
#### **BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

Dalam bab empat akan memberikan penjelasan menyeluruh tentang temuan penelitian dan analisis data yang dikumpulkan dari pre-test dan main test.



## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Dalam bab lima, akan disajikan hasil dan analisis penelitian, serta diberikan rekomendasi kepada perusahaan dan penelitian selanjutnya.



# UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA