

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Tinjauan Teori

2.1.1 Manajemen

Proses pengelolaan sesuatu yang dilakukan oleh sekelompok orang atau organisasi untuk mencapai tujuan organisasi melalui penggunaan sumber daya secara kooperatif dikenal dengan istilah manajemen. Istilah "manajemen", yang mengacu pada seni mengatur dan melaksanakan rencana, berasal dari Prancis kuno. Upaya untuk merencanakan, mengkoordinasikan, mengatur, dan mengendalikan sumber daya untuk mencapai tujuan secara efektif dan efisien adalah definisi lain dari manajemen (Burhanudin Gesi, 2019).

Manajemen berasal dari kata kerja bahasa Inggris yaitu *manage*, yang biasanya menunjukkan kepedulian. Manajemen digunakan khusus untuk pemimpin dan kepemimpinan, khususnya mereka yang menjalankan tugas kepemimpinan. Akibatnya, manajer adalah seorang pemimpin. Stoner mendefinisikan manajemen sebagai proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan usaha anggota suatu organisasi serta pemanfaatan sumber daya dari organisasi lain guna mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan (Muslichah Erma Widiana, 2020).

2.1.2 Manajemen Logistik

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 (Rahmatullah, 2020).

Proses ini tidak hanya berkisar pada pengadaan barang untuk memenuhi kebutuhan instansi pemerintah, tetapi juga berperan penting dalam kehidupan orang. Sebab, kegiatan pengelolaan logistik sangat erat kaitannya dengan kehidupan sehari-hari dan pada gilirannya juga berkaitan dengan pelaksanaan misi nasional. Peran logistik pada instansi pemerintah meliputi logistik internal, atau kebutuhan barang untuk operasional lembaga, dan logistik eksternal, atau logistik untuk masyarakat lokal, dunia usaha, dan lembaga lainnya. Implementasi Fungsi pemerintah bersifat eksternal yaitu pemberian pelayanan kepada masyarakat. Dalam layanan logistik eksternal, pemerintah tidak bertindak langsung sebagai pelaku logistik, melainkan sebagai 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 terpenting suatu organisasi publik. Sebagai sumber, pendapatan yang strategis, berperan dalam mendorong kegiatan perekonomian (Madani Rahmatullah, 2020).

Secara umum kegiatan logistik adalah penyerahan dan penyerahan barang dan bahan dalam jumlah tertentu ke lokasi tertentu pada waktu yang tepat dan dengan biaya yang serendah-rendahnya. Melalui proses logistik, material mencapai lokasi produksi melalui saluran distribusi, sehingga dapat mencapai pemanfaatan yang baik (*usability*). Oleh karena itu, sistem logistik merupakan sumber nilai tambah baru (*creation of new added value*), yaitu dengan memperlancar dan mempercepat arus barang dan jasa, maka menjadi jasa yang terpadu, yang pada gilirannya menjadi terpadu, itulah yang akan menjadi suatu jasa. Aliran pendapatan dihasilkan Semakin besar organisasi, semakin kompleks manajemen logistik yang perlu dilakukan karena menangani lebih banyak jenis bahan, barang, peralatan dan perlengkapan (Rahmatullah, 2020).

2.1.3 *Supplier Relationship Management*

Menurut Coltman, (2011) dalam jurnal Udofia, (2021) *Supplier Relationship Management* hubungan pemasok 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.

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 (Coltman, 2011) dalam jurnal (Udofia, 2021).

Supplier Relationship Management diakui secara luas sebagai elemen kunci keberhasilan strategis, membantu perusahaan mengatasi tantangan yang semakin kompetitif dan dinamis (Cousins et al., 2008) dalam jurnal (Ahistasari, 2023).

Supplier Relationship Management secara umum didefinisikan sebagai jaringan fisik aktivitas aliran material dan informasi dalam suatu perusahaan. Aktivitas *Supplier Relationship Management* dimulai dari pemilihan bahan baku, proses produksi, dan pengiriman, dengan tujuan mencapai keuntungan, pelayanan, dan kepuasan pelanggan (Chae, 2009; Aramyan et al., 2007) dalam jurnal (Ahistasari, 2023).

Tujuan dari *Supplier Relationship Management* adalah untuk meningkatkan kinerja pemasok dan pembeli serta membangun hubungan terbaik dalam jangka panjang (Taherdoost dan Brard, 2019) dalam jurnal (Ahistasari, 2023). Untuk mencapai tujuan *Supplier Relationship*

Management memerlukan peningkatan hubungan antara perusahaan dan pemasoknya.

Supplier Relationship Management adalah pengelolaan hubungan antar pelaku rantai pasok dan merupakan aspek penting dalam manajemen rantai pasok (Tidy et al., 2015) dalam jurnal (Ahistasari, 2023).

Melalui *Supplier Relationship Management* ini, pembeli dan pemasok mengejar keunggulan kompetitif di pasar dengan memanfaatkan sumber daya satu sama lain melalui kolaborasi (Amoako-Gyampah et al., 2018) dalam jurnal (Ahistasari, 2023). *Supplier Relationship Management* memerlukan praktik berinteraksi dengan pemasok untuk meningkatkan profitabilitas perusahaan, membangun hubungan lebih dekat dengan pemasok terpilih, dan menghasilkan penjualan baru yang lebih menguntungkan antara pemasok dan pembeli. Itu adalah serangkaian metode.

Supplier Relationship Management berfokus pada aspek interaktif antara pemasok dan pembeli serta manfaat peningkatan kinerja organisasi (Tran, 2015) dalam jurnal (Ahistasari, 2023). Hubungan yang kuat antara pemasok dan pembeli memainkan peran penting dalam pertukaran informasi dalam rantai pasokan (Yang et al., 2017) dalam jurnal (Ahistasari, 2023).

2.1.4 Customer Relationship Management

Menurut Mira, (2012) dalam jurnal (Eva Soraya, 2023) *Customer Relationship Management* adalah strategi bisnis untuk memahami, mengantisipasi, dan mengelola kebutuhan pelanggan potensial saat ini dan masa depan dalam suatu organisasi. Konsep CRM yang diterapkan di perusahaan berbeda didominasi oleh aplikasi tingkat operasional

Menurut Agung dan Ardhoyo, (2021) dalam jurnal (Eva Soraya, 2023), *Customer Relationship Management* adalah pengelolaan hubungan yang menguntungkan dengan pelanggan untuk menciptakan nilai dan kepuasan pelanggan serta memaksimalkan keuntungan perusahaan terkait memelihara, dan meningkatkan hubungan berkualitas tinggi. Persaingan dan manfaat.

Kami sangat memperhatikan kualitas produk kami untuk menjamin kepuasan pelanggan. Menurut Yahya, (2015) dalam jurnal (Eva Soraya, 2023) Faktor yang Mempengaruhi *Customer Relationship Management* yaitu saling menguntungkan, komitmen, komunikasi, dan kualitas layanan.

Manfaat *Customer Relationship Management* (B Belanda, 2016) dalam jurnal (Eva Soraya, 2023) antara lain, pertama, meningkatkan loyalitas pelanggan; Manajemen Hubungan Pelanggan memungkinkan bisnis untuk memanfaatkan informasi dari seluruh titik kontak pelanggan, dari Internet hingga pusat panggilan hingga personel pemasaran dan layanan lapangan. Konsistensi dan aksesibilitas informasi tentang status pelanggan di area memungkinkan bisnis untuk secara konsisten melayani pelanggan mereka dengan lebih baik. Yang kedua adalah pengurangan biaya. Penggunaan teknologi untuk manajemen hubungan pelanggan dapat mengurangi biaya tertentu bagi bisnis melalui program pemasaran yang spesifik dan tepat sasaran yang ditujukan pada pelanggan yang tepat pada waktu yang tepat.

Ketiga, dengan meningkatkan efisiensi operasional otomatisasi proses layanan, Anda dapat mengurangi risiko penurunan kualitas layanan sekaligus mengurangi beban arus kas. Teknologi web dan pusat panggilan mengurangi hambatan birokrasi dan biaya serta proses administrasi terkait.

Keempat, lamanya waktu pemasaran *Customer Relationship Management* memungkinkan bisnis untuk memanfaatkan data dan informasi yang lebih baik tentang pelanggan dan kebiasaan pembelian mereka, dan membuat rencana yang lebih baik melalui integrasi dengan Perencanaan Sumber Daya Perusahaan.

Customer Relationship Management (CRM) memungkinkan bisnis untuk menggunakan informasi atau basis data pelanggan mereka sendiri untuk membangun hubungan dengan setiap pelanggan berharga, memberikan mereka layanan langsung dan optimal.

Dalam hal ini, perusahaan menerapkan strategi *Customer Relationship Management* (CRM) dengan tujuan untuk tetap fokus pada pelanggan berdasarkan informasi atau database pelanggan yang dimiliki perusahaan (Attas, 2019) dalam jurnal (Eva Soraya, 2023).

2.1.5 Organisational Productivity

Menurut Kamble, (2018) dalam jurnal (Eva Soraya, 2023), Organisasi diatur berdasarkan sistem nilai, norma, dan tujuan yang secara komprehensif mendefinisikan nilai perusahaan. Nilai-nilai dan ekosistem ini membentuk lingkungan sosial dan psikologis organisasi yang unik. Mencakup sembilan atribut yaitu kerja tim, dukungan manajer, komunikasi dua arah, jam kerja, kompetisi, insentif keuangan, pelatihan, ketidakhadiran, dan tinjauan kinerja.

Menurut Sutrisno (2015: 99) dalam jurnal (Wahyu Abadi, 2021), *Organisational Productivity* adalah perbandingan antara input dan output yang dihasilkan. Output mengacu pada produk yang dihasilkan, seperti barang dan jasa, sedangkan input mengacu pada tenaga kerja, biaya, bahan mentah, dan sebagainya.

Organisational Productivity adalah penggunaan sumber daya manusia secara efektif dan efisien dengan kesesuaian penggunaan metode dan cara kerja dibandingkan dengan alat dan waktu yang tersedia untuk mencapai tujuan. Konsep produktivitas dapat digunakan untuk menjelaskan bagaimana sumber daya digunakan secara optimal untuk mencapai output yang maksimal.

Organisational Productivity juga perlu dievaluasi dari dua sudut pandang kuantitas dan kualitas (Nasution, 2005) dalam jurnal (Sari, 2023). Produktivitas kerja bukan hanya soal memberikan kinerja semaksimal mungkin, tapi juga soal kualitas.

Salah satu cara untuk mencapai hasil yang berkualitas adalah dengan memotivasi karyawan agar mempunyai sikap positif, bekerja secara dinamis,

kreatif, inovatif, dan terbuka terhadap ide-ide baru dan perubahan (Kamuli, 2012) dalam jurnal (Sari, 2023).

Konflik muncul dalam suatu organisasi, mengganggu hubungan antar individu dalam organisasi, dan menciptakan suasana kerja yang negatif, sehingga dapat menghambat kelancaran pencapaian tujuan organisasi. Orang yang bekerja di bawah tekanan dapat menurunkan *Organisational Productivity* (Chikawati, 2018) dalam jurnal (Sari, 2023).

Organisational Productivity berkaitan dengan sikap dan pola pikir terhadap kualitas dan kinerja pekerjaan itu sendiri. Produktivitas bertujuan untuk memberikan lebih banyak barang dan jasa dengan menggunakan sumber daya organisasi yang ada (Yuliani Ibrahim, 2012) dalam jurnal (Sari, 2023).

Organisational Productivity adalah upaya yang dilakukan untuk menghasilkan sesuatu (Thomas, 2013) dalam jurnal (Sari, 2023). Tinggi rendahnya produktivitas dipengaruhi oleh banyak faktor, mulai dari sikap, disiplin kerja dan banyak lagi. Lebih lanjut, produktivitas tidak lepas dari efektivitas dan efisiensi organisasi dalam proses pemanfaatan sumber daya (Rosalina Hera Lucia, 2015) dalam jurnal (Sari, 2023).

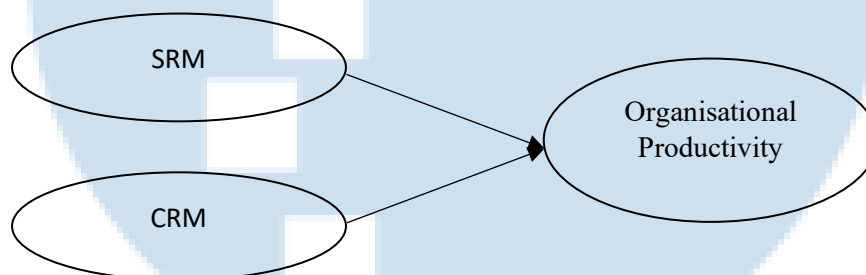
Konsep *Organisational Productivity* juga harus mempertimbangkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada setiap orang (Fuadi, 2014) dalam jurnal (Sari, 2023). Produktivitas selalu mengacu pada semangat perbaikan terus-menerus dan perubahan ke arah yang lebih baik.

Selain itu, *Organisational Productivity* juga terlihat dari kedisiplinan, kemauan, dan loyalitas individu dalam menyelesaikan setiap tugasnya (Nursanti, 2018) dalam jurnal (Sari, 2023). Keberadaan suatu organisasi dapat dilihat dari produktivitas yang diberikannya. Produktivitas adalah hubungan antara output dan input (Hery, 2019) dalam jurnal (Sari, 2023). Keberhasilan tersebut menjadi dasar dan arah bagi kelangsungan hidup organisasi. Tentunya untuk mencapai hasil yang maksimal diperlukan sumber daya

organisasi yang tepat guna membantu mencapai tujuan organisasi (Prasetyo, 2020) dalam jurnal (Sari, 2023).

2.2 Model Penelitian

Dalam menyusun penelitian ini, penulis menggunakan model penelitian yang berasal dari penelitian sebelumnya dari Zakaria Anam Setiawan, Mahfudz, dengan judul “Pengaruh *Supplier Relationship Management* Dan *Customer Relationship Management* Terhadap Kinerja Bisnis UMKM Pakaian Jadi Di Pekanbaru”. (Zakaria Anam Setiawan, 2019)



Gambar 2.1 Model Penelitian 1

Sumber : (Udofia, 2021)

2.3 Pengembangan Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara atas masalah yang dirumuskan, sehingga harus diujikan kebenarannya secara empiris.

2.3.1 Pengaruh *Supplier Relationship Management* terhadap *Organisational Productivity*

Menurut Martia Sari, (2022) dengan judul Pengaruh Supplier Relationship Management Dan Customer Relationship Management Terhadap Kinerja Bisnis Umkm Pakaian Jadi Di Pekanbaru, hasil menunjukkan bahwa *Supplier Relationship Management* berpengaruh positif terhadap *Organisational productivity*. Penelitian lain dari Fatuma Ali Rajab, Patrick Karanja Ngugi, David Mburu Kiarie dengan judul “*Influence Of Supplier Relationship Management On Performance Of Manufacturing*

Firms In Kenya” (Rajab, 2021) Studi ini menyimpulkan bahwa keterlibatan pemasok awal, pengembangan pemasok dan Investasi Bersama adalah proses manajemen hubungan pemasok yang meningkatkan kinerja manufaktur perusahaan di Kenya. Penelitian lain dari Zakaria Anam Setiawan, (2019) dengan judul penelitian “Pengaruh *Supplier Relationship Management* Dan *Customer Relationship Management* Terhadap Kinerja Bisnis Umkm Pakaian Jadi Di Pekanbaru”. Hasil dari penelitian di atas bahwa SRM dan CRM berpengaruh terhadap Kinerja Bisnis di Pekanbaru dengan model penelitian berikut. Berdasarkan uraian di atas, hipotesis yang diajukan dari penelitian ini adalah:

H₁: *Supplier relationship management* berpengaruh positif terhadap *Organisational productivity*

2.3.2 Pengaruh *Customer relationship management* terhadap *Organisational Productivity*

Penelitian dari Mwangi Grace Wangari, Gichuhi D. M.b, Macharia S. Mc dengan judul “*Influence of Relationship Management on Organizational Performance among Insurance Companies in Kenya*” (Wangari, 2020) Hasil penelitian ini merekomendasikan agar manajemen perusahaan asuransi sebaiknya selalu berupaya untuk membangun kemampuan karyawan dan staf manajemen dalam hal hubungan pengelolaan. Penelitian lain dari Ekpenyong Udofia, Bimbo Onalapo Adejare, Gbemi Oladipo Olaore, Etete Ekpenyong Udofia, dengan judul “*Supply Chain Management Practices and the Productivity of Low Automated Manufacturing Firms*” (Udofia, 2021). Penelitian ini menyimpulkan adanya hubungan yang signifikan dan positif antara satu pasokan. Pada penelitian ini dapat disimpulkan bahwa pengaruh dari *Supplier relationship management* dan *Customer relationship management* berpengaruh positif terhadap *Organisational productivity* di PT. Angkut Teknologi Indonesia. Tanpa adanya SRM dan CRM tingkat dari *Organisational productivity* tidak akan berjalan maksimal. Berdasarkan uraian di atas, hipotesis yang diajukan dari penelitian ini adalah:

H₂: *Customer relationship management* berpengaruh positif terhadap *Organisational productivity*

2.3.3 Pengaruh *Supplier Relationship Management* dan *Customer relationship management* secara simultan terhadap *Organisational Productivity*

Menurut Martia Sari, (2022) dengan judul Pengaruh Supplier Relationship Management Dan Customer Relationship Management Terhadap Kinerja Bisnis Umkm Pakaian Jadi Di Pekanbaru, hasil menunjukkan bahwa *Supplier Relationship Management* berpengaruh positif terhadap *Organisational productivity*. Penelitian lain dari Fatuma Ali Rajab, Patrick Karanja Ngugi, David Mburu Kiarie dengan judul “*Influence Of Supplier Relationship Management On Performance Of Manufacturing Firms In Kenya*” (Rajab, 2021) Studi ini menyimpulkan bahwa keterlibatan pemasok awal, pengembangan pemasok dan Investasi Bersama adalah proses manajemen hubungan pemasok yang meningkatkan kinerja manufaktur perusahaan di Kenya.

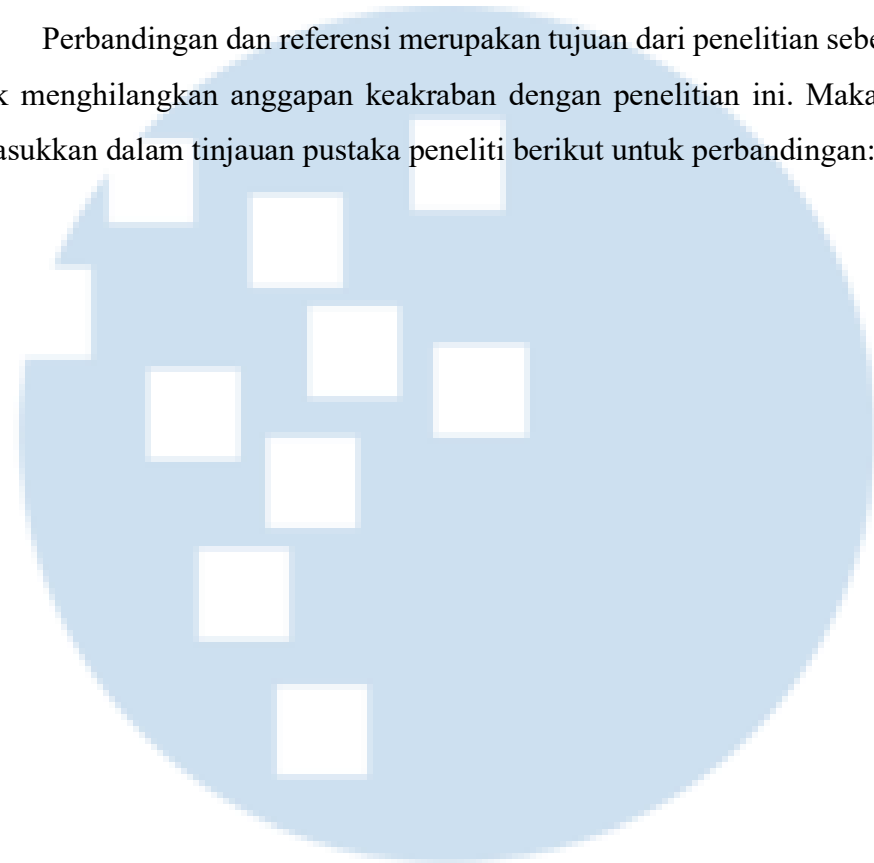
Penelitian dari Mwangi Grace Wangari, Gichuhi D. M.b, Macharia S. Mc dengan judul “*Influence of Relationship Management on Organizational Performance among Insurance Companies in Kenya*” (Wangari, 2020) Hasil penelitian ini merekomendasikan agar manajemen perusahaan asuransi sebaiknya selalu berupaya untuk membangun kemampuan karyawan dan staf manajemen dalam hal hubungan pengelolaan. Penelitian lain dari Ekpenyong Ekpenyong Udofia, Bimbo Onalapo Adejare, Gbemi Oladipo Olaore, Etete Ekpenyong Udofia, dengan judul “*Supply Chain Management Practices and the Productivity of Low Automated Manufacturing Firms*” (Udofia, 2021).

H₃ : *Supplier relationship management* dan *Customer relationship management* berpengaruh positif secara simultan terhadap *Organisational productivity*

MULTIMEDIA
NUSANTARA

2.4 Penelitian Terdahulu

Perbandingan dan referensi merupakan tujuan dari penelitian sebelumnya. Untuk menghilangkan anggapan keakraban dengan penelitian ini. Maka peneliti memasukkan dalam tinjauan pustaka peneliti berikut untuk perbandingan:



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti, Judul, Penerbit dan Tahun Terbit	Tujuan Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1	Ekpenyong Ekpenyong Udofia, Bimbo Onaolapo Adejare, Gbemi Oladipo Olaore, Etete Ekpenyong Udofia, dengan judul “ <i>Supply Chain Management Practices and the Productivity of Low Automated Manufacturing Firms</i> ”. (Ekpenyong Ekpenyong Udofia, 2021)	Penelitian ini menemukan adanya hubungan positif dan signifikan antar pemasok manajemen hubungan dan produktivitas organisasi	<i>Supplier Relationship Management (X₁), Customer Relationship Management (X₂) Dan Material Management (X₃) Organisational Productivity (Y)</i>	Penelitian ini menyimpulkan adanya hubungan yang signifikan dan positif antara satu pasokan praktik manajemen rantai dan produktivitas organisasi, yang juga mengungkapkan kedua hal tersebut praktik manajemen rantai pasokan yang diterapkan terbukti tidak signifikan hubungannya dengan produktivitas organisasi.
2	Stephen Oduro, Kwamena Minta Nyarku, Rotimi A. Gbadeyan. dengan judul “ <i>Supplier relationship management and organizational performance of hospitals in an</i>	Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara komparatif dimensi manajemen	Komunikasi (X ₁), Kerjasama (X ₂), Kepercayaan (X ₃), Suasana (X ₄) Dan Adaptasi	Temuan penelitian ini, meski terbatas pada rumah sakit di Ghana, mungkin relevan di negara-negara berkembang lainnya untuk hubungan rantai pasokan yang efektif dan lebih baik

	<i>emerging economy context”</i> (Stephen Oduro, 2020).	hubungan pemasok (SRM) dan organisasi hubungan kinerja rumah sakit swasta dan pemerintah di Ghana.	(X ₅) Terhadap Kinerja Rumah Sakit (Y)	pengelolaan.
3.	Fiona Wanjiku Mwangi, Samuel Muli dengan judul “ <i>Influence of Supplier Relationship Management on the Performance of Food and Beverage Manufacturing Firms in Kenya: A Survey of Kiambu County</i> ” (Fiona Wanjiku Mwangi, 2022)	Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh manajemen hubungan Pemasok terhadap kinerja perusahaan manufaktur Makanan dan Minuman di Kenya	<i>Supplier segmentation (X₁), supplier collaboration (X₂), information flow (X₃), supplier development (X₄), organizational performance (Y).</i>	Hasil menyimpulkan bahwa segmentasi pemasok, arus informasi, kolaborasi pemasok, dan pengembangan pemasok diterapkan oleh manajemen berbagai produsen makanan dan minuman di Kabupaten Kiambu.
4.	Mwangi Grace Wangari, Gichuhi D. M.b, Macharia S. Mc dengan judul “ <i>Influence of Relationship</i>	Penelitian ini berusaha untuk membangun	<i>organizational performance (X₁), corporate performance</i>	Hasil penelitian ini merekomendasikan agar manajemen perusahaan asuransi sebaiknya selalu berupaya untuk

	<i>Management on Organizational Performance among Insurance Companies in Kenya</i> ” (Mwangi Grace Wangari, 2020)	pengaruh manajemen hubungan terhadap kinerja organisasi pada perusahaan asuransi di Kenya.	(X ₂), <i>relationship management (Y)</i>	membangun kemampuan karyawan dan staf manajemen dalam hal hubungan pengelolaan.
5.	Fatuma Ali Rajab, Patrick Karanja Ngugi, David Mburu Kiarie dengan judul “ <i>Influence Of Supplier Relationship Management On Performance Of Manufacturing Firms In Kenya</i> ” (Fatuma Ali Rajab, 2021)	Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh pemasok manajemen hubungan terhadap kinerja perusahaan manufaktur di Kenya	<i>Supplier Relationship Management (X₁), Firm’s performance (Y)</i>	Studi ini menyimpulkan bahwa keterlibatan pemasok awal, pengembangan pemasok dan Investasi Bersama adalah proses manajemen hubungan pemasok yang meningkatkan kinerja manufaktur perusahaan di Kenya.