

BAB I

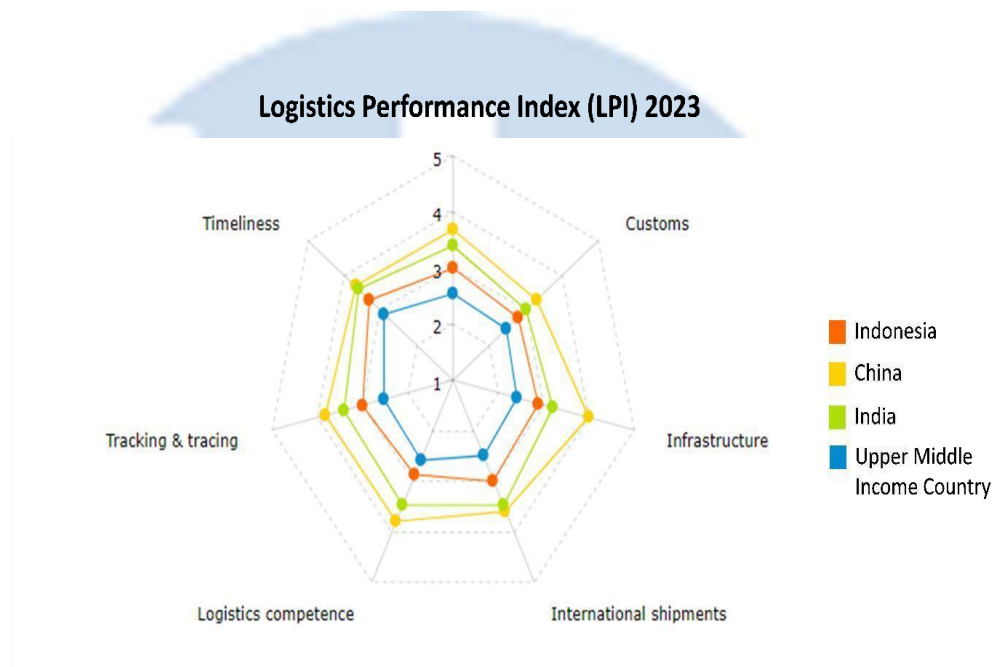
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Aktivitas logistik sangat mahal dan merupakan komponen penting dari rantai pasokan nilai. Logistik berfokus pada distribusi dan pengelolaan material, yang membantu proses produksi dan operasional (Porter, 1985; Hines, 1993) dan mempengaruhi tingkat operasional organisasi atau perusahaan (Rushton et al., 2011). Kinerja logistik Indonesia telah menjadi perhatian utama selama beberapa tahun terakhir oleh pemerintah dan para pemangku kepentingan. Hasil terbaru dari Logistics Performance Index (LPI) 2023 menunjukkan bahwa Indonesia memiliki peringkat yang lebih rendah dibandingkan dengan Singapura, Malaysia, dan Thailand. LPI Indonesia berada di peringkat 59 pada tahun 2012 dan naik ke peringkat 46 pada tahun 2018. Di antara banyak negara dengan tingkat pendapatan rendah menengah, Indonesia berada di posisi teratas, di belakang Vietnam (39) dan India (44). Tetapi, Pada LPI 2023, peringkat logistik Indonesia menurun secara signifikan. Pada tahun 2023, Indonesia berada di peringkat 63 dengan skor 3,0, sementara Singapura berada di posisi pertama dengan skor 4,3, diikuti oleh Malaysia dengan skor 3,6, dan Thailand dengan skor 3,5. Ada sejumlah faktor yang dapat menyebabkan penurunan peringkat LPI Indonesia. Salah satunya adalah keterlambatan, juga dikenal sebagai keterlambatan, yang kehilangan skornya dari 3,7 menjadi 3,3. Penyebab utama penurunan skor ini adalah disrupsi rantai pasokan yang disebabkan oleh pandemi COVID-19 dan ketidakstabilan geopolitik di seluruh dunia. Selain itu, komponen Tracking & Tracing (pelacakan kiriman) dan International Shipments (pengiriman internasional) telah memperoleh skor yang lebih rendah.

Untuk perbaikan dan tantangan terdapat upaya untuk meningkatkan kinerja logistik secara keseluruhan, meskipun kondisi logistik Indonesia masih menghadapi banyak tantangan. Setijadi, Chairman Supply Chain Indonesia (SCI), menekankan bahwa perencanaan yang terintegrasi lintas kementerian dan lembaga terkait harus melibatkan semua pemangku kepentingan, terutama bisnis terkait. Selain itu, sangat penting untuk mempertimbangkan perubahan undang-undang seperti Perpres 26/2012 tentang Cetak Biru Pengembangan Sistem

Logistik Nasional (Sislognas) dan pembentukan lembaga permanen di bidang logistik (Hadijah & Cantika, 2023).



Gambar 1.1 Logistics Performance Index (LPI)
Sumber: World Bank (2023)

Indikator logistik menunjukkan kinerja yang baik dari sisi input. Indonesia menerima skor 2,80 dari komponen kepastian, naik dibandingkan LPI 2018 (skor 2,67). Ini menunjukkan bahwa kerja sama, efisiensi, dan transparansi kebijakan kepastian telah meningkat. Dalam hal infrastruktur, Indonesia mendapatkan skor 2,90 atau dapat mempertahankan skor yang sama di tahun 2018 dan naik dibandingkan dengan skor LPI 2016 yang 2,65. Kualitas, kecepatan, dan ketersediaan infrastruktur suatu negara seperti jaringan jalan, pelabuhan, bandara, kereta api, dan lainnya diukur dengan skor 2,90 atau kurang dari LPI 2018. Ini menunjukkan bahwa kualitas dan kompetensi logistik harus dipertimbangkan melalui pengukuran seperti kepuasan pelanggan, keahlian tenaga kerja, inovasi, dan efisiensi biaya. Kinerja logistik menurun pada LPI 2023 dari sisi outcome. Dengan basis pengukuran yang terjadi pada tahun 2022, perekonomian dunia telah pulih dari pandemi meskipun perubahan pola kerja baru dan kompetisi yang semakin kuat. Indonesia menerima skor 3,0 dari sisi pengiriman internasional, atau terjun bebas dari LPI 2018 (skor 3,23). Kecepatan

pengiriman, kemudahan administrasi, kualitas infrastruktur transportasi, dan layanan logistik adalah semua metrik yang dihitung dalam komponen ini. Misalnya, kecepatan pemrosesan di pelabuhan Indonesia rata-rata 1,1 hari. Sementara itu, negara-negara mitra seperti Malaysia memiliki rata-rata waktu 1,0 hari, China rata-rata 0,8 hari, dan India rata-rata 0,9 hari.

Selain itu, skor tracking dan tracing menurun, dengan skor 3,00 atau kurang dari LPI 2018 (skor 3,30). Dengan kata lain, masih ada banyak masalah yang harus diselesaikan, terutama berkaitan dengan ketersediaan sistem pelacakan, tingkat keakuratan informasi, dan kecepatan dengan mana data pelacakan dapat diakses. Faktor penting lainnya dalam kinerja logistik adalah waktu pengiriman, yang telah menurun drastis menjadi skor 3,00, jauh di bawah LPI 2018 (skor 3,67). Ini menunjukkan bahwa pemerintah harus memprioritaskan kepatuhan terhadap jadwal, waktu pemrosesan dokumen, waktu pengiriman barang, dan waktu pengiriman. Salah satu contoh, data waktu pengiriman untuk paket pos yang tersedia pada tahun 2019 menunjukkan bahwa Indonesia membutuhkan rata-rata 13,3 hari untuk distribusi. Waktu tersebut lebih lama dibandingkan dengan India sebanyak 10,4 hari, Malaysia sebanyak 5,2 hari, atau China sebanyak 5,6 hari. Namun, Indonesia juga menunjukkan waktu tinggal yang lebih baik, rata-rata 3,2 hari, atau lebih dari LPI 2018 sebanyak 4 hari. Manajemen rantai pasokan telah mengalami banyak perubahan sepanjang sejarahnya, termasuk pembagian operasi, konsolidasi, integrasi, penciptaan nilai, dan pengembangan jejaring. Dalam hal ini, rantai pasokan digital telah dibuat menjadi lebih canggih dengan mengandalkan teknologi. Pengurangan biaya, persaingan internasional, dan meningkatkan kinerja dan efisiensi adalah prioritas utama perusahaan. Selain itu, ada peningkatan fokus perusahaan pada kepuasan pelanggan, sentralisasi dan kekuasaan ritel yang lebih besar, dan gerakan globalisasi dan liberalisasi perdagangan yang lebih kuat.

Bisnis manufaktur menghadapi berbagai tantangan dalam mengelola rantai pasokan mereka di era globalisasi dan ketergantungan yang semakin meningkat. Salah satu tantangan utama yang dihadapi adalah ketidakpastian rantai pasokan atau rantai pasokan. Ketidakpastian ini dapat muncul dalam berbagai bentuk, seperti perubahan kebijakan perdagangan internasional,

bencana alam, atau bahkan ketidakpastian politik. Bisnis manufaktur dapat sangat dipengaruhi oleh ketidakpastian supply chain. Ketidakpastian juga dapat menyebabkan fluktuasi harga yang tidak terduga serta mengurangi profitabilitas bisnis. Gangguan pasokan bahan baku atau komponen kunci dapat menyebabkan penundaan produksi, penurunan kualitas produk, atau bahkan kekurangan persediaan, yang dapat mengakibatkan kehilangan pelanggan. Namun, bisnis manufaktur telah membuat strategi dan taktik untuk mengatasi ketidakpastian ini. Dengan menerapkan strategi yang tepat, mereka dapat meminimalkan risiko dan mengoptimalkan kinerja supply chain mereka dalam menghadapi ketidakpastian yang tak terhindarkan di dunia bisnis modern.

Proses manajemen rantai pasokan yang baik pasti akan membantu perusahaan mengurangi biaya operasional, menghemat dana bisnis, dan membuat barang lebih cepat dikirim ke pelanggan. Selama tahun 2020 an, manajemen rantai pasokan telah bergerak ke arah smartification, khususnya digital supply network. Dalam posisi tersebut, kebutuhan internal dan eksternal organisasi diperlukan agar bisnis dapat beroperasi dengan baik. Rantai pasokan harus dioperasikan secara efisien karena merupakan jaringan antara bisnis dan pemasoknya yang terlibat dalam produksi, pengiriman, dan pendistribusian barang kepada pelanggan atau pembeli akhir. Ini berlaku terutama untuk perusahaan manufaktur.

Untuk memenuhi kebutuhan pelanggan, perusahaan bekerja sama dengan pemasok utamanya dalam pengambilan keputusan tentang persiapan, rencana, prosedur, dan tugas. (Joshi dan Campbell, 2003). Ketika suatu perusahaan bekerja sama untuk membuat rencana, prosedur, dan tugasnya sendiri, itu disebut integrasi internal. Sementara itu, integrasi pelanggan mengacu pada seberapa banyak perusahaan menggunakan kontribusi pelanggan dalam memberikan layanan proses. Tidak diragukan lagi, kinerja rantai pasokan (SCP) mengacu pada kemampuan rantai untuk menyediakan produk berharga dan layanan yang berharga dalam jumlah yang tepat dan pada waktu yang tepat, tetapi pada biaya yang paling rendah untuk pelanggan akhir rantai pasokan. (Flynn et al., 2010).

Oleh karena itu, integrasi pelanggan dianggap sebagai salah satu faktor paling signifikan yang mempengaruhi persaingan kinerja. (Stank et al.,

2001a). Sejauh mana suatu perusahaan dapat bekerja sama dengan pelanggan, terutama dalam menyusun strategi, praktik, prosedur organisasi, dan perilaku untuk memenuhi permintaan pelanggan secara kolaboratif, tersinkronisasi, dan dapat dikelola. Ini, tentu saja, mencakup berbagai jenis aliran, termasuk arus maju dari perusahaan ke pelanggan dan arus balik dari pelanggan ke perusahaan, termasuk informasi. (Zhao et al., 2015, hlm. 163). Selain itu, ini berkaitan dengan tingkat koordinasi antara perusahaan dan pelanggannya dalam membuat keputusan tentang hal-hal seperti perkiraan permintaan dan perencanaan produksi. (Vanpoucke et al., 2017). Karena itu, integrasi pelanggan merupakan dimensi utama dan lebih luas dari konstruksi, yang mengacu pada tingkat kolaborasi dan integrasi antara pelanggan dan manufaktur. Untuk mencapai hal ini, kedua belah pihak bekerja sama dan mengkoordinasikan berbagai aspek mengenai inventaris, produk, estimasi permintaan, pelacakan atau pengiriman produk. (Belvedere dan Grando, 2017).

Integrasi dengan pelanggan meliputi proses perencanaan, menerapkan, dan mengevaluasi hubungan antara perusahaan dan pelanggan. (Rudyanto et al., 2021). Untuk membantu pelanggan meningkatkan posisi kompetitifnya, perusahaan harus mencurahkan perhatian dan sumber daya untuk kegiatan ini. Selain itu, integrasi pelanggan harus mencakup keterlibatan pelanggan dalam proses pengambilan keputusan terkait produk yang dijual oleh perusahaan, serta metode dan strategi yang digunakan untuk mencapai tujuan ini. (Vanpoucke et al., 2017).

Dengan berbagi informasi antara organisasi dan pelanggan, integrasi pelanggan meningkatkan hubungan dan efisiensi organisasi. Dengan integrasi sistem, pelanggan dapat memeriksa status pesanan mereka kapan saja, yang memungkinkan umpan balik pelanggan dikumpulkan, meningkatkan efisiensi dan mengurangi kesalahan. (Flynn et al., 2010). Sementara itu, perusahaan dapat memanfaatkan integrasi oleh pelanggan melalui proses dan prosedur yang jelas, yang memungkinkan perusahaan untuk untuk melakukannya, memahami kebutuhan pelanggan dengan cepat sehingga mereka dapat membuat desain dan produksi yang tepat dan dioptimalkan yang mengurangi waktu yang dihabiskan untuk memperbaiki produk dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Dia dkk. (2014)

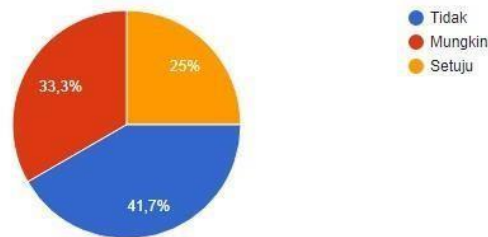
Perusahaan harus berkomitmen untuk mempertahankan hubungan jangka panjang dengan klien mereka daripada bergantung pada pendekatan transaksi jangka pendek, karena komitmen bersama adalah dasar hubungan. Karena itu, komitmen adalah bagian yang penting dari hubungan jangka panjang yang sukses. dan merupakan komponen penting dari rantai pasokan. Misalnya, pengembangan solusi berbasis teknologi seperti manajemen hubungan pelanggan membantu mengelola hubungan pelanggan. Oleh karena itu, mempertimbangkan komitmen hubungan perusahaan sebagai komponen yang sangat penting. (Morgan dan Hunt et al., 1994; Sheth et al., 2015).

Sebelum penulis melakukan pre-test dan main-test, penulis melakukan survei kecil kepada beberapa karyawan yang bekerja di PT.Hasta Perkasa Graha, dengan menyebarkan pertanyaan mengenai kondisi yang berada di PT, Hasta untuk mencocokkan judul yang penulis buat untuk melakukan kecocokan masalah yang terjadi di perusahaan tersebut sesuai dengan jurnal utama penulis. Berikut hasil survei terdahulu yang penulis dapatkan sebagai berikut.



Bagi karyawan apakah ada dampak positif dari integrasi pelanggan dengan perusahaan dalam melakukan kegiatan supply chain performance sehingga dapat berpengaruh besar terhadap kinerja karyawan dan meningkatkan produktivitas bagi perusahaan.

12 jawaban



Gambar 1.3 Kuesioner Penelitian

Sumber: Penulis 2024

Dari hasil penelitian yang dilakukan penulis, ditemukan masalah yang dihadapi karyawan PT. Hasta perkasa graha dengan kuesioner yang mempertanyakan dampak positif dari integrasi pelanggan tidak berpengaruh besar terhadap kinerja karyawan. Oleh sebab itu peneliti memilih penelitian tersebut sebagai tolak ukur permasalahan yang ada diperusahaan dan penting untuk dilakukan penelitian, dan penulis tertarik untuk melakukan penelitian tersebut dan dapat diamati serta dicarikan solusinya.

1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas yang telah di uraikan di atas PT. Hasta Perkasa Graha perlu memperkuat hubungan komitmen perusahaan terhadap pelanggan agar integrasi perusahaan berdampak positif terhadap pelanggan dengan menggunakan kinerja rantai pasokan. Maka penulis menetapkan berbagai rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah Komitmen Hubungan (*relationship commitment*) memiliki pengaruh positif terhadap Integrasi dengan Customer (*Integration with Customer*)?
2. Apakah komitmen hubungan (*Relationship Commitment*) memiliki pengaruh positif terhadap integrasi dengan konsumen (*Integration with Customer*)?
3. Apakah integrasi dengan pelanggan (*Integration with Customer*) memiliki pengaruh positif terhadap integrasi oleh pelanggan (*Integration by Customer*)?

4. Apakah integrasi dengan pelanggan (*Integration with Customer*) memiliki pengaruh positif terhadap kinerja rantai pasok (*Supply Chain Performance*)?
5. Apakah integrasi dengan pelanggan (*Integration with Customer*) memiliki pengaruh positif terhadap kinerja rantai pasok (*Supply Chain Performance*)?

2.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah ditentukan, maka tujuan dalam penelitian ini yaitu:

1. Mengetahui dan menganalisis pengaruh hubungan positif dari Komitmen Hubungan (*Relationship Commitment*) perusahaan dengan Integrasi oleh Pelanggan (*Integration By Customer*).
2. Mengetahui dan menganalisis pengaruh positif dari Komitmen Hubungan (*Relationship Commitment*) perusahaan dengan Integrasi dengan Pelanggan (*Integration With Customer*).
3. Mengetahui dan menganalisis pengaruh positif dari Integrasi dengan Pelanggan (*Integration With Customer*) dengan Integrasi Oleh Pelanggan (*Integration By Customer*).
4. Mengetahui dan menganalisis pengaruh positif dari Integrasi oleh Pelanggan (*Integration By Customer*) terhadap Kinerja Rantai Pasokan (*Supply Chain Performance*).
5. Mengetahui dan menganalisis pengaruh positif dari Integrasi dengan Customer (*Integration With Customer*) terhadap Kinerja Rantai Pasok (*Supply Chain Performance*).

1.4 Manfaat Penelitian

Pada penelitian ini, penulis berharap agar dapat memberikan manfaat kepada:

1. Akademisi

Penelitian ini diharapkan mampu menambah informasi mengenai

Pengaruh hubungan komitmen, integrasi oleh pelanggan dan integrasi

dengan pelanggan terhadap kinerja *supply chain performance* di PT. Hasta Perkasa Graha.

2. Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan mampu menambah ilmu pengetahuan, sehingga peneliti selanjutnya bisa dilakukan jauh lebih baik dan dapat dikembangkan

1.5 Batasan Penelitian

1. Dalam melakukan penelitian ini, penulis memiliki 4 variabel, yaitu *Relationship Commitment, Integration With Customer, Integration By Customer, Supply Chain Performance*.
2. Sebelum melakukan pre-test dan main-test. Penulis melakukan penelitian kecil dengan menyebarkan kuesioner kepada 12 karyawan untuk mencari tahu permasalahan yang ada di perusahaan tersebut. Dengan melakukan penelitian melalui kuesioner tersebut penulis dapat mengetahui permasalahan yang ada di PT. Hasta Perkasa Graha.
3. dalam melakukan penelitian ini, penulis memiliki kriteria responden yaitu, karyawan PT. Hasta Perkasa Graha, usia karyawan, lama bekerja di perusahaan, posisi karyawan, pendidikan terakhir karyawan.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika dalam penulisan ini dibagi menjadi lima bab yang terdiri dari:

- BAB I PENDAHULUAN

Pada bab pendahuluan, penulis membahas latar Belakang Penulisan, Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Batasan Penelitian dan Sistematika Penelitian.

- BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab landasan teori, penulis membahas Tinjauan Teori, Model Penelitian, dan Hipotesis.

- BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini, peneliti menguraikan gambaran secara umum mengenai objek penelitian, desain penelitian, ruang lingkup penelitian, prosedur

penelitian, variabel-variabel yang digunakan untuk penelitian, tabel operasional variabel, serta teknik pengolahan analisis data.

- BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini, peneliti menjelaskan mengenai hasil dari penelitian yang dilakukan, membahas hasil dari survey kuesioner yang didapatkan oleh peneliti, serta ,menganalisis hubungan teori dan hipotesis penelitian terkait *Pengaruh Hubungan Komitmen, Integrasi oleh Pelanggan, Integrasi dengan Pelanggan terhadap kinerja Supply Chain Performance di PT.Hasta Perkasa Graha.*

- BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini peneliti memberikan kesimpulan terkait penelitian secara keseluruhan, dan memberikan saran yang dapat diimplementasikan oleh perusahaan yang dijadikan sebagai objek penelitian dan saran bagi penelitian selanjutnya.

