

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Penelitian**

Perkembangan ekonomi nasional dewasa ini menunjukkan bahwa peningkatan kemajuan ekonomi Indonesia semakin berjalan lurus dengan perekonomian dunia sehingga menuntut adanya daya saing yang kuat antar perusahaan baik dalam negeri maupun luar negeri. Pada kondisi seperti ini tujuan utama untuk memenangi persaingan perusahaan yang sesungguhnya yakni mutu, tepat sasaran, dan menghasilkan laba yang maksimal. Persaingan usaha yang terjadi mengharuskan bagian operasional ikut terjun langsung dalam peran perusahaan. Secara tidak langsung tidak hanya menyangkut pada masalah memproses bahan baku mentah menjadi bahan jadi, ataupun memperoleh bahan jadi lalu diperjual belikan ke konsumen.

Manajemen rantai pasokan merupakan koordinasi seluruh elemen rantai pasokan mulai dari pemasok hingga ke pengecer, kemudian mencapai tingkat selanjutnya yang merupakan keunggulan kompetitif yang tidak ada dalam sistem logistik tradisional yang merupakan sebuah sistem pendekatan total untuk mengantarkan produk ke konsumen akhir menggunakan teknologi informasi (A. Fitzsimmons dan J. Fitzsimmons, 2006).

Penerapan manajemen rantai pasokan yang optimal akan meningkatkan daya saing perusahaan sehingga dapat menghasilkan

keunggulan kompetitif perusahaan. Dengan menerapkan manajemen rantai pasokan yang optimal perusahaan dapat menghasilkan kinerja operasional yang lebih baik. Keunggulan kompetitif yang diterapkan perusahaan akan memiliki kemampuan untuk memilih strategi pemasaran yang efektif dan mampu memahami perubahan struktur pasar.

Keunggulan kompetitif adalah kemampuan perusahaan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan secara efektif dan efisien dengan produk atau jasa yang memiliki nilai lebih atau dengan biaya yang lebih rendah (Porter, 2015). Perusahaan yang telah mencapai keunggulan kompetitif didorong penuh dengan dimaksimalkannya manajemen rantai pasokan dan kinerja operasional.

Dampak kinerja operasional dapat disebabkan oleh tingkat optimal suatu perusahaan yang menerapkan rantai pasokan yang baik dengan keunggulan kompetitif yang baik juga. Manajemen rantai pasokan mendukung strategi yang dilakukan oleh perusahaan perlu dipastikan untuk perusahaan yang mempertimbangkan permasalahan rantai pasokan (Heizer dan Render, 2005). Persaingan antar perusahaan akan meningkat seiring dengan meningkatnya pasokan sebagai respon terhadap meningkatnya permintaan sehingga kondisi ini telah menekan perusahaan untuk meningkatkan kinerja.

Rantai pasokan di industri tekstil sangatlah kompleks. Seringkali rantai pasokan relatif panjang, dengan sejumlah pihak yang terlibat (Jones,

2002). Akibatnya, pengelolaan rantai pasokan yang hati-hati diperlukan untuk mengurangi waktu tunggu dan mencapai respon cepat, sehingga menyoroti kebutuhan untuk menggunakan pendekatan seperti ketangkasan. Sudah menjadi kebiasaan umum bagi pengecer untuk berurusan dengan produsen, dengan pembelian terpusat dan negosiasi yang cukup besar mengenai harga, jadwal kualitas dan pengiriman (Bruce dan Moger, 1999). Dalam banyak rantai ada perantara, seringkali merupakan agen impor atau ekspor, bertindak sebagai tokoh penting dalam rantai ini (Popp, 2000). Penambahan perantara telah terjadi sebagai akibat meningkatnya globalisasi dalam industri ini. Globalisasi rantai pasokan tekstil dan pakaian saat ini semakin meningkat, dengan banyak perusahaan menggunakan komponen sumber dari luar negeri, atau memindahkan manufaktur ke negara-negara dengan biaya tenaga kerja lebih rendah (Jones, 2002). Selain itu, industri *fashion* ditandai oleh sejumlah faktor, yaitu siklus hidup pendek, volatilitas tinggi, prediktabilitas rendah, dan dorongan impuls tinggi (Ferne dan Sparks, 1998).

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) membentuk sektor yang lebih besar dan mutlak di negara manapun di dunia bisnis. Di Eropa, lebih dari 90 persen perusahaan swasta adalah UMKM (Reijonen dan Komppula, 2007). Berdasarkan data yang diperoleh dari Kementerian Koperasi dan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) menunjukkan bahwa jumlah UMKM di Indonesia pada tahun 2013 adalah lebih kurang 57 juta unit, sedangkan jumlah usaha besar adalah 5.066 unit. Pada periode

tahun 2012-2013 menunjukkan bahwa ada peningkatan jumlah unit sebesar 2,41%, sedangkan persentase kenaikan usaha besar hanya 1,97%. Data tersebut menunjukkan bahwa jumlah UMKM lebih besar bila dibandingkan dengan jumlah usaha besar yang ada di Indonesia.

Salah satu jenis UMKM adalah UMKM distro. *Distribution Store* (Distro) atau *Distribution Outlet* merupakan salah satu UMKM yang bergerak di bidang perdagangan, dengan fokus bisnis pada usaha penjualan pakaian dan aksesoris yang dititipkan oleh produsen pakaian atau produksi sendiri (Diana, 2013). UMKM yang bergerak dalam usaha ini membedakan usahanya dengan usaha lain yang sejenis melalui pembatasan produk, yaitu produk yang dihasilkan tidak diproduksi secara massal dengan tujuan untuk mempertahankan eksklusivismenya.

Distro atau *distribution store* mempunyai peran sebagai distributor. Distro adalah toko distribusi yang menjual berbagai macam produk. Kemudian *clothing* merupakan produsen yang memproduksi sendiri semua produk dengan label sendiri. Sebuah *clothing* dapat mempunyai toko sendiri atau hanya sekedar menitipkan produk ke distro. Produk dari *clothing* mempunyai banyak varian terutama berhubungan dengan kehidupan anak muda seperti kemeja, kaos, tas, jaket, sepatu, sandal, bahkan produk elektronik seperti *compact disk* (CD), kaset, jam tangan digital dan lainnya. Namun, dalam penelitian ini hanya meneliti tentang rantai pasokan kaos saja.

Produksi kaos distro mempunyai perbedaan dibanding jenis kaos lainnya. Kaos distro memiliki keunggulan tersendiri dengan gaya *fashion* yang memiliki ciri khas mendesain produk kaos sesuai dengan kreativitas anak muda, produksi kaos distro diproduksi secara terbatas atau biasa kita sebut dengan *limited edition*, desain kaos distro cenderung bersifat idealis. Para *designer* berkarya bukan atas permintaan pasar, tapi lebih kepada keinginan untuk memuaskan diri sendiri dari hasil karyanya, contohnya adalah motif kaos distro yang cenderung bertema band, komunitas, *skateboard*, sepeda BMX, *anime*, film dan lainnya.

Industri *fashion* di Indonesia saat ini sedang berkembang pesat, tak hanya di dalam negeri, desainer *fashion* Indonesia juga sudah mulai merambah pasar internasional. Secara umum industri *fashion* juga dinilai telah mampu menciptakan lapangan kerja bagi sekitar 3,8 juta orang atau 32% dari total tenaga kerja yang tercipta dari ekonomi kreatif. "Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2015, industri *fashion* menyumbang 12,11 juta USD atau 1,21 persen terhadap PDB nasional dengan potensial market Afrika Selatan, Eropa dan Jepang," Potensi yang cukup besar terhadap perekonomian dalam bilang *fashion* Indonesia, sektor ini dapat terus dikembangkan dengan kekuatan lokalnya sehingga dapat menjadi pusat mode di kawasan regional, yang kemudian ikut serta dalam memainkan peranan yang cukup penting di tingkat global. (Tribunjogja.com, diakses pada 8 Desember 2017).

Perkembangan *fashion* di Daerah Istimewa Yogyakarta seiring berkembangnya teknologi yang memungkinkan industri ini melaju pesat dengan tingkat pertumbuhan setiap tahun yang semakin tinggi. Distro sudah menjadi sebuah fenomena baru yang hadir di Yogyakarta. Perkembangan distro di Yogyakarta mengalami peningkatan setiap tahun, hal ini dapat dilihat dari jumlah distro di Jogja yang terus bertambah, hampir setiap tahun distro-distro baru bermunculan di berbagai sudut kota Yogyakarta, Distro baru yang muncul tersebut menawarkan berbagai macam produk busana yang dibutuhkan remaja dan anak muda yang sedang *trend* atau biasa anak muda menyebutnya dengan istilah *hits*. Keberadaan distro sudah menjadi *trend setter* untuk menghadirkan gaya busana remaja dan anak muda dengan berbagai macam keunikan dan kelebihanannya, tidak heran jika hal ini dipandang oleh sebagian orang sebagai peluang bisnis yang sangat potensial.

Manajemen rantai pasokan yang optimal perlu diterapkan pada UMKM *clothing distribution store* agar dapat meningkatkan kinerjanya. Tema ini diangkat agar pemilik atau pengelola UMKM *clothing distribution store* di Daerah Istimewa Yogyakarta dapat konsisten dalam menghadapi persaingan bisnis di era globalisasi, dengan meningkatnya manajemen rantai pasokan dan keunggulan kompetitif yang diterapkan perusahaan untuk memaksimalkan kinerja diharapkan dapat mempertahankan dan memperpanjang keberlangsungan hidup pada UMKM *clothing distribution store* di Daerah Istimewa Yogyakarta.

Berdasarkan latar belakang dan mengingat pentingnya pengaruh manajemen rantai pasokan terhadap keunggulan kompetitif dan kinerja operasional UMKM *clothing distribution store* di Daerah Istimewa Yogyakarta, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul “**Pengaruh Manajemen Rantai Pasokan terhadap Keunggulan Kompetitif dan Kinerja Operasional**” Studi pada **UMKM *clothing distribution store* di Daerah Istimewa Yogyakarta.**

## **B. Rumusan Masalah Penelitian**

1. Apakah ada pengaruh manajemen rantai pasokan terhadap kinerja operasional pada UMKM *clothing distribution store* di Daerah Istimewa Yogyakarta?
2. Apakah ada pengaruh manajemen rantai pasokan terhadap keunggulan kompetitif pada UMKM *clothing distribution store* di Daerah Istimewa Yogyakarta?
3. Apakah ada pengaruh keunggulan kompetitif terhadap kinerja operasional pada UMKM *clothing distribution store* di Daerah Istimewa Yogyakarta?

## **C. Tujuan Penelitian**

1. Menganalisis pengaruh manajemen rantai pasokan terhadap kinerja operasional pada UMKM *clothing distribution store* di Daerah Istimewa Yogyakarta.

2. Menganalisis pengaruh manajemen rantai pasokan terhadap keunggulan kompetitif pada UMKM *clothing distribution store* di Daerah Istimewa Yogyakarta.
3. Menganalisis pengaruh keunggulan kompetitif terhadap kinerja operasional pada UMKM *clothing distribution store* di Daerah Istimewa Yogyakarta.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Bagi perusahaan

Manfaat yang dapat diambil dari hasil penelitian yang telah dilakukan penulis diharapkan dapat menambah referensi baru tentang pengaruh manajemen rantai pasokan terhadap keunggulan kompetitif dan kinerja operasional.

2. Bagi akademik

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan serta dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya mengenai pengaruh manajemen rantai pasokan terhadap keunggulan kompetitif dan kinerja operasional.