

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan Industri Usaha Mikro kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia semakin menjamur. Hal ini ditandai dengan pertumbuhan jumlah pelaku usaha industri UMKM di Indonesia dari tahun 2015 hingga saat ini tahun 2017, jumlah pelaku UMKM di Indonesia terus mengalami pertumbuhan(data UMKM 2015, 2016, 2017). Banyaknya populasi penduduk dengan usia produktif lebih banyak daripada jumlah lapangan kerja yang tersedia, memicu para pemuda untuk menciptakan peluangnya sendiri dengan membuka bisnis. Sebagian besar tergolong sebagai pelaku usaha sektor industri Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).

Definisi UMKM menurut BPS (Badan Pusat Statistik) berdasarkan kuantitas tenaga kerja adalah usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja 5 sampai 19 orang, usaha menengah merupakan usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja 20 orang sampai 99 orang. Usaha Kecil dan Menengah merupakan kegiatan usaha yang banyak diminati. Khususnya UMKM bidang kuliner. Hal ini disebabkan karena makanan merupakan kebutuhan pokok manusia yang tidak akan lepas dari kehidupan sehari-hari. Bisnis di bidang kuliner juga menjadi peluang bisnis yang menjanjikan dan bisa dijalankan dengan modal kecil. Bisnis di bidang kuliner pun banyak kategorinya, misalnya makanan ringan (*snack*), minuman, hingga makanan utama. Karena banyak pelaku UMKM kuliner, tentunya dibutuhkan inovasi agar produknya

berkembang dan beda dari kompetitor. Pelaku UMKM harus didorong untuk kreatif dan terus berinovasi untuk mempertahankan para konsumen dan memberikan pelayanan yang baik. Khususnya Yogyakarta, kota yang di kenal sebagai kota Batik dan kota sejarah ini, memiliki sekitar 83.000 unit usaha kecil dan menengah, 50 persen di antaranya didominasi oleh industri di bidang kuliner.

Yogyakarta merupakan kota yang populer baik dalam bidang sejarah, pariwisata dan pendidikan. Tentunya dalam hal ini banyak para wisatawan asing maupun lokal yang mengunjungi kota yang penuh sejarah ini. Yogyakarta juga dikenal sebagai kota Gudeg (makanan khas), selain gudeg Yogyakarta juga memiliki makanan khas oleh oleh yaitu kue pia atau Bakpia. Dibandingkan dengan gudeg, Bakpia memang lebih cocok untuk dijadikan buah tangan dari Yogyakarta karena lebih praktis dan tahan lama. Dalam penelitian ini juga akan berfokus pada UMKM bakpia yang ada di Yogyakarta.

Bakpia berasal dari China dengan nama asli Tou Luk Pia yang secara harfiah berarti kue atau roti yang berisikan daging. Di Indonesia sendiri, makanan ini dikenal dengan nama pia atau kue pia. Bakpia diadopsi dari makanan khas China yang dahulunya berisikan daging babi, namun seiring dengan perkembangannya, jenis isian bakpia disesuaikan dengan selera masyarakat Yogyakarta seperti dengan mengganti isian bakpia dengan menggunakan kacang hijau. Banyaknya daya beli masyarakat dari produk bakpia ini, sehingga muncul para pesaing yang bergerak di bidang yang sama.

Produk bakpia yang di pasarkan saat ini sudah mencapai puluhan merek dengan kualitas yang berbeda. Hal ini memicu para pelaku UMKM Bakpia harus terus berinovasi, salah satunya ada yang dikembangkan dengan beraneka macam rasa isian seperti keju, coklat, tiramisu dan green tea.

Semakin berkembangnya UMKM yang ada didaerah Yogyakarta dengan berbagai macam produk dan inovasi semakin besar pula persaingan yang ada. Hal ini dapat dilihat dengan adanya inovasi dari Bakpia, selain mengubah isian bakpia dengan rasa keju, coklat dan *green tea* ada juga yang terbaru di Yogyakarta yaitu Bakpia kukus dan di beri isian. Persaingan ini memacu para pelaku UMKM bakpia untuk terus berinovasi. Salah satu cara menghadapi persaingan yang semakin ketat pelaku UMKM bakpia harus menjaga kualitas dan kuantitas produk yang dijual agar konsumen puas sehingga loyalitas konsumen akan didapatnya dan BAKPIA sebagai oleh khas Jogja.

Organisasi sepatutnya harus memperhatikan persaingan, dengan begitu organisasi harus mempunyai strategi yang dapat dijadikan sebagai ujung tombak dalam menghadapi persaingan dan memenangkan persaingan tersebut. Keunggulan bersaing selanjutnya merupakan strategi organisasi yang merupakan alat untuk mencapai tujuan dari suatu organisasi. Tujuan organisasi yaitu kinerja organisasi yang menghasilkan profit yang maksimal (Ferdinand, 2003). Organisasi yang mempunyai keunggulan bersaing yang bertujuan untuk unggul dari pesaing di dalam lingkungan bisnis dan sebagai cara untuk mencapai tujuan kinerja yang diharapkan.

Keunggulan bersaing pada dasarnya berkembang dari adanya nilai yang dapat dibuat oleh suatu organisasi kepada konsumennya yang lebih tinggi dari biaya organisasi dalam menciptakannya (Porter, 1993). Nilai adalah suatu yang konsumen ingin atau bersedia untuk membayarkan, dan nilai yang unggul diciptakan dari penawaran harga yang lebih rendah dari manfaat yang ditawarkan pesaing dengan manfaat yang sepadan sehingga memberikan manfaat yang unik yang tidak hanya sekedar mengimbangi harta yang lebih mahal. Hal tersebut tentu lebih mengarah pada bagaimana suatu organisasi dapat menciptakan produk yang memberikan nilai lebih tinggi dari biaya yang dikeluarkan atau dibayarkan oleh konsumen, sehingga konsumen merasa bahwa dengan mengonsumsi produk tersebut, konsumen merasakan keuntungan yang lebih besar dari apa yang dia berikan.

Menurut Jahanshahi *et al.* (2012) Kinerja organisasi adalah hasil yang sesungguhnya atau output yang dapat dihasilkan oleh suatu organisasi yang selanjutnya dibandingkan atau diukur dengan hasil yang diharapkan. Suatu organisasi dapat bersaing dan memiliki kinerja yang optimal harus didukung dengan adanya manajemen rantai pasok yang optimal. Manajemen rantai pasok merupakan serangkaian pendekatan untuk mengefesiesikan integrasi antara supplier, manufaktur, gudang, dan inventory sehingga produk yang diproduksi dan didistribusikan dalam jumlah yang tepat, lokasi yang tepat, dengan waktu yang tepat yang bertujuan agar meminimalkan biaya dan memberikan kepuasan terhadap pelanggan. Christoper menjelaskan bahwa manajemen rantai pasok merupakan jaringan organisasi yang melibatkan

hubungan *upstream & downstream* dalam memproses aktivitas yang berbeda yang memberikan nilai dalam bentuk produk atau layanan kepada konsumen

Menerapkan manajemen rantai pasokan menjadi salah satu cara pelaku UMKM untuk menjaga kualitas produk yang dijualnya. Mengapa *Supply Chain Management* menjadi salah satu cara untuk menjaga kualitas produk, karena *Supply Chain Management* merupakan integrasi antara pemasok (*supplier*) kepada produsen, produsen kepada distributor, dan distributor kepada konsumen. Sehingga proses dari hulu hingga hilir dapat terkontrol dengan integrasi tersebut membuat kualitas produk mudah untuk dikontrol dan barang yang diproduksi dalam jumlah yang tepat, pada saat yang tepat dan pada tempat yang tepat dengan tujuan yang mencapai *cost* yang minimum (biaya pesanan, biaya penyimpanan, biaya bahan baku, biaya transportasi dan lain lain) dari seluruh kegiatan operasional.

Untuk dapat menjalankan manajemen rantai pasok, maka diperlukan dukungan dari berbagai pihak dalam organisasi. Mulai dari pihak internal organisasi maupun eksternal. Dewasa ini, konsumen banyak dimanjakan oleh produsen, hal ini terjadi karena semakin banyaknya jenis produk makanan khas yang ada di pasar. Hal tersebut dapat dilihat dari maraknya kue kekinian yang lebih memberikan inovasi dan warna baru kepada konsumen. Strategi perusahaan yang selalu berfokus pada konsumen (*customer oriented*), Jika dahulu produsen melakukan strategi dengan melakukan pembagian segmen pada konsumen, maka sekarang konsumen lebih dimanjakan lagi dengan pelemparan produk menurut keinginan setiap individu bukan menurut

keinginan segmen tertentu dan mendorong untuk selalu memberikan inovasi. Banyaknya jenis produk makanan khas yang semakin beragam setiap jenisnya, mengakibatkan produsen kesulitan dalam memuaskan harapan dari konsumen. Dengan menerapkan praktik *Supply Chain Management* produsen akan mampu memberikan kepuasan terhadap para konsumen.

Penelitian serupa pernah dilakukan oleh Regina Suharto dan Devie pada tahun 2013. Judul penelitiannya yaitu “Analisa pengaruh *Supply Chain Management* terhadap keunggulan bersaing dan kinerja perusahaan”. Hasil dari penelitian ini yaitu terdapat pengaruh signifikan dan positif antara *Supply Chain Management* pada perusahaan manufaktur di Surabaya yang baik akan mampu meningkatkan keunggulan bersaing yang dimiliki oleh perusahaan, penerapan *Supply Chain Management* yang baik akan mampu meningkatkan kinerja perusahaan, baik kinerja keuangan dan kinerja operasional dan keunggulan bersaing perusahaan yang meningkat akan mampu meningkatkan kinerja perusahaannya.

Kemajuan usaha yang semakin pesat tentu saja dapat kita lihat, dalam hal perkembangan usahanya, baik perusahaan perorangan maupun berbagai perusahaan berbentuk badan hukum tidak dapat menghindarkan diri dari kinerja *Supply Chain Management* untuk dapat memajukan perusahaan itu sendiri. Dengan demikian UMKM wajib menerapkan kinerja manajemen rantai pasok dan meningkatkan hubungan sesama perusahaan, penyuplai dan konsumen, sehingga dapat tercapai efisiensi produksi dan kepercayaan konsumen. Melalui pendekatan praktik manajemen rantai pasok pelaku

UMKM Bakpia di Yogyakarta diharapkan dapat meningkatkan keunggulan bersaing yang dapat mendorong kinerja organisasinya.

Berdasarkan uraian di atas, maka penelitian ini berjudul “**Pengaruh Supply Chain Management Terhadap Keunggulan Bersaing dan kinerja organisasi (studi UMKM BAKPIA di Yogyakarta)**”

B. Rumusan Masalah

1. Apakah manajemen rantai pasokan berpengaruh terhadap keunggulan bersaing?
2. Apakah manajemen rantai pasokan berpengaruh terhadap kinerja organisasi?
3. Apakah keunggulan bersaing berpengaruh terhadap kinerja organisasi?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah mengungkapkan serta mencari tahu bagaimana praktik *Manajemen rantai pasok* yang dijalankan oleh para pelaku UMKM Bakpia di Yogyakarta. Secara rinci uraian tujuan khusus penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh Manajemen Rantai Pasokan terhadap keunggulan bersaing perusahaan.
2. Untuk menganalisis pengaruh Manajemen Rantai Pasokan terhadap kinerja organisasi.
3. Untuk menganalisis pengaruh Keunggulan Bersaing terhadap kinerja organisasi.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat bagi UMKM

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan berupa informasi bagi UMKM untuk dapat meningkatkan praktik Manajemen rantai pasok menyangkut kemampuan UMKM dalam mengembangkan keunggulan bersaing maupun kinerja organisasi.

2. Bagi Mahasiswa

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu referensi bagi mahasiswa yang akan melakukan penelitian khususnya yang berhubungan dengan Manajemen rantai pasok . Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan wawasan bagi banyak pihak.

3. Pengembangan Teori

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi penguat teori khususnya tentang pengaruh praktik manajemen rantai pasok terhadap keunggulan bersaing dan kinerja organisasi.

