

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Sektor industri manufaktur merupakan salah satu sektor yang memiliki peranan penting terhadap perekonomian nasional karena memberikan kontribusi yang cukup signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia. Dilansir dari laman Kementerian Investasi Badan Koordinasi Penanaman Modal pada tahun 2021 kuartal II, industri manufaktur berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia sebesar 7,07% dengan pertumbuhan 6,91% meski adanya tekanan dari pandemi COVID-19. Sedangkan pada kuartal ke-III tahun 2021, industri manufaktur tumbuh 3,68% dan menyumbang 0,75% terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia. Di sisi lain pada perkembangan globalisasi yang semakin kompleks, perusahaan dituntut untuk bertahan dan memenangkan persaingan yang ada. Salah satu cara yang ditempuh adalah dengan melakukan evaluasi dan pengembangan terhadap produk yang ada.

Pengembangan produk merupakan serangkaian aktivitas yang diawali dari analisis persepsi dan peluang pasar, hingga tahap produksi dan pengiriman produk ke konsumen (Irawan, 2017). Salah satu fungsi yang mendukung pengembangan produk adalah perancangan. Perancangan tidak terbatas dari kegiatan mendefinisikan bentuk produk saja, namun juga proses, alur serta jaringan sistem rantai pasok dari sebuah produk. Jaringan sistem rantai pasok merupakan salah satu dasar dalam penetapan keunggulan kompetitif jangka panjang. Menurut (Abdul & Evitha, 2019), tingkat persediaan dapat memengaruhi mutu, rekayasa, produk, harga, kapasitas, kemampuan merespon pelanggan, waktu tenggang (*lead time*) hingga profitabilitas. Perusahaan dengan jaringan distribusi yang handal dari pesaing cenderung berada pada posisi kompetitif yang kuat.

Setiap perusahaan tentu memiliki *stakeholders* atau pemangku kepentingan berupa individu maupun kelompok yang memberikan dukungan dalam kesejahteraan dan kelangsungan hidup organisasi. *Stakeholders* mencakup semua pihak terkait pengelolaan sumber daya, terdiri dari *supplier, manufacture, employee,*

*distributor, retailer, hingga customer.* Salah satu *stakeholders* yang berperan penting dalam suatu perusahaan yakni *supplier*. Hubungan relasi dengan *supplier* termasuk dalam *supply chain management*, yang mana hubungan ini merupakan integrasi kunci proses antar organisasi terhadap *stakeholdersnya* (Fanny et al., 2019).

*Asymmetric relationship* atau ketidakseimbangan hubungan yang terjadi antara *supplier* dengan perusahaan berdampak signifikan pada kinerja organisasi karena kegiatan *supply chain* terdiri dari interaksi beberapa perusahaan. Dengan demikian, pemahaman mengenai hubungan asimetri perusahaan menjadi semakin penting seiring berkembangnya waktu (Alrosjid et al., 2021). Selama dekade terakhir, terutama pada kasus di Indonesia belum banyak penelitian yang mengkaji hubungan asimetri ini secara kuantitatif. Hubungan ini menunjukkan adanya kekuatan salah satu pihak yang dapat menguasai pihak lainnya. Dalam sistem rantai pasok, kekuatan *supplier* dapat memengaruhi persediaan hingga harga pasar. Terdapat beberapa faktor kekuatan supplier yang disebutkan, diantaranya; Faktor sumber daya, kompetensi dan kemampuan; Faktor kepercayaan pasar & legitimasi; Faktor posisi kekuatan pasar & organisasi; Faktor kontrol informasi.

*SEM (Structural Equation Modelling)* merupakan alat analisis statistik yang ditinjau dari penyusunan model serta cara kerjanya adalah gabungan dari analisis faktor dan regresi (Santoso, 2018). SEM memiliki kemampuan lebih detail dalam menyelesaikan permasalahan yang melibatkan banyak persamaan linear dengan menghasilkan model pengukuran dan sekaligus model struktural. Di mana metode ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh dari faktor-faktor dalam kekuatan *supplier*.

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa hubungan asimetri dari kegiatan *supply chain* melibatkan *supplier* dengan *manufacturer*. Strategi taktis *supply chain* yang baik akan mempertimbangkan faktor-faktor yang memengaruhi relasi di masa depan. Oleh karena itu, penulis mengangkat topik ini dengan harapan dapat memberikan gambaran kuantitatif mengenai faktor-faktor yang dapat memengaruhi hubungan perusahaan dengan *supplier*.

## 1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka dapat ditentukan rumusan masalahnya adalah sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh signifikan dari hubungan asimetri *supplier-manufacturer* terhadap kekuatan *supplier* pada perusahaan?
2. Bagaimana bentuk model hubungan kekuatan perusahaan dalam *asymmetry supply chain relationship*?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menguji adanya pengaruh signifikan dari dalam hubungan asimetri *supplier-manufacturer* terhadap kekuatan *supplier*.
2. Untuk menghasilkan bentuk model hubungan dari kekuatan perusahaan dalam *asymmetry supply chain relationship*.

## 1.4 Batasan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang serta rumusan masalah, maka batasan masalah adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini dilakukan pada perusahaan pengolahan di Gresik.
2. Penelitian ini dilakukan pada perusahaan sarung tangan yang memiliki hubungan dengan *supplier* bahan baku *Teteron Cotton*.

## 1.5 Manfaat Penelitian

### a. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini dapat dijadikan implementasi teori yang telah dipelajari selama menjalani studi dan menambah pengetahuan mengenai hubungan *supply chain* perusahaan.

### b. Bagi Universitas

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan untuk kemajuan universitas serta memungkinkan menjadi acuan bagi peneliti yang mengangkat topik serupa di masa yang akan datang.

**c. Bagi Perusahaan**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi informasi yang bermanfaat pada penerapan kebijakan manajemen rantai pasok dalam pemilihan *supplier* maupun strategi pengembangan produk yang ditinjau dari hubungan *supplier*.