

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Allah Azza Wajalla berfirman :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ
مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

“Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu.” (QS. An-Nisa: 29).

Manajemen rantai pasokan merupakan integritas proses bisnis, dari kegiatan penerimaan bahan baku, pengelolaan pada setiap mata rantai aktivitas produksi hingga siap untuk digunakan oleh pemakai. Manajemen rantai pasokan atau disebut juga dengan *Supply Chain Management* (SCM) merupakan sebuah konsep atau metode untuk meningkatkan kinerja perusahaan secara keseluruhan. Proses rantai pasok melibatkan produsen utama, pemasok, produsen, pengecer, dan konsumen (Rajaguru & Matanda, 2012). *Supply chain* adalah suatu sistem dimana sebuah organisasi mendistribusikan barang dan jasa kepada pelanggannya. Rantai pasokan ini juga merupakan jaringan dari berbagai organisasi yang saling berhubungan dengan tujuan yang sama, yaitu menyelenggarakan persediaan dan pengiriman barang sebaik mungkin (P. Tyagi, 2014).

Dapat diartikan bahwa rantai pasokan adalah suatu sistem jaringan di suatu perusahaan saling bergantung dan saling menguntungkan satu sama lain dalam organisasi yang berkolaborasi untuk mengendalikan, mengatur dan mengembangkan produk, jasa dan informasi *supplier*, perusahaan, distributor, toko serta perusahaan pendukung seperti perusahaan jasa logistik hingga ke pelanggan sebagai pelanggan terakhir. Jika dua perusahaan yang telah bekerja sama dalam menerapkan rantai pasokan dan gagal untuk melakukan kolaborasi, *sharing of information*, dan menyediakan data yang bertujuan untuk mewujudkan suksesnya rantai pasokan, maka kemungkinan kedua perusahaan tersebut akan gagal untuk memperoleh nilai tambah maksimal yang diharapkan dapat diperoleh dengan menjalankan manajemen rantai pasokan. Hal paling penting pada pelaksanaannya, perusahaan harus mampu berpikir jauh ke depan untuk memprioritaskan integrasi dengan konsumen, pemasok dan bahkan dengan area-area lain yang saling berhubungan melalui kerjasama yang baik.

Menjaga hubungan baik dengan mitra perusahaan adalah salah satu hal penting yang patut diperhatikan oleh para pelaku bisnis karena suatu keberhasilan dalam kemitraan tidak dapat diraih begitu saja. Keberhasilan melalui kerjasama dicapai melalui peningkatan kinerja perusahaan yang harus dilandasi dengan hubungan baik antara perusahaan *supplier* dan distributor sehingga akan muncul kepercayaan dan komitmen antar *supplier* dan distributor kemudian berakhir di tangan konsumen (Ahmadi, 2009 dalam Mukhsin, 2017). Perusahaan harus mengetahui bagaimana membangun kepercayaan dan menciptakan lingkungan komitmen dalam hubungan mereka untuk mengangkat rantai pasokan secara keseluruhan (Yasin, 2018). Kepercayaan adalah pondasi dari sebuah bisnis,

membangun kepercayaan dalam hubungan jangka panjang dengan customer merupakan suatu faktor yang penting untuk menciptakan loyalitas pelanggan. Kepercayaan tidak langsung mendapat pengakuan dari pihak lain, melainkan harus dibangun mulai dari awal dan dapat dibuktikan (Mukhsin, 2017).

Selain kepercayaan, komitmen merupakan motivasi untuk memelihara hubungan dan memperpanjang hubungan. Komitmen harus menjadi sebuah variabel penting dalam menentukan kesuksesan hubungan, semakin tinggi komitmen yang dibangun dari kepuasan dan kepercayaan maka semakin tinggi kualitas hubungan saluran antara pemasok dan penyalur (Mukhsin, 2017). Menurut Moorman, *et al.*, (1993) menggambarkan kepercayaan sebagai keyakinan yang diperoleh melalui lawan mitra bisnis dalam suatu sistem rantai pasokan. Kwon & Taewon (2004) mengatakan bahwa kesuksesan pada performa perusahaan dalam *supply chain* juga berasal dari tingginya nilai kepercayaan dan komitmen yang kuat antar lawan mitra dalam *supply chain*.

Menurut David (2011), pemasok adalah pihak-pihak yang berkepentingan, lebih relevan terhadap keberhasilan manufaktur atau produsen dibandingkan bisnis lainnya, semua perusahaan bisnis mengandalkan tingkat produk dan layanan bisnis lain untuk mendukung kemampuan mereka untuk melayani pelanggan mereka. Hal tersebut sama dengan penelitian Ariani (2013) dimana hubungan pemasok dengan produsen harus sehat dan dipelihara, karena tingkat ketergantungan perusahaan terhadap pemasok sangat tinggi dan bersifat jangka panjang. Hubungan jangka panjang membutuhkan komitmen dari pihak-pihak yang terlibat (Cambra & Polo, 2011). Manajemen rantai pasokan juga mampu mengatasi masalah persediaan produk agar tersedia dan layak digunakan. Kekurangan produk akan menimbulkan

komplain dari konsumen karena tidak menyediakan barang yang diinginkan oleh customer dan perusahaan akan kehilangan loyal customer. Apabila jika kelebihan persediaan juga akan menimbulkan kerugian pada produsen, mulai dari biaya yang tinggi, dan rusaknya barang karena terlalu lama disimpan.

Kemajuan teknologi di negara yang berkembang mengakibatkan Indonesia memiliki keberhasilan suatu perusahaan yang dipengaruhi oleh bagaimana perusahaan tersebut memberi kepuasan dan kebahagiaan kepada pelanggan. Kemajuan teknologi memberikan pengaruh terhadap gaya hidup tinggi pada masyarakat terutama di kota-kota besar yang menginginkan agar semua hal dapat dilakukan dengan praktis dan cepat. Termasuk dalam kemudahan menyelesaikan tugas rumah sehari-hari yang dilakukan dan sudah menjadi tanggung jawab sendiri kini lebih memilih menggunakan jasa tenaga pembantu. Usaha di bidang jasa pada saat ini berkembang pesat terutama pada usaha jasa laundry dan perawatan, karena pelaku bisnis dibidang jasa ini melihat bahwa pangsa pasar pada sector jasa akan bertahan lebih lama dibandingkan dengan industri manufaktur.

Masyarakat yang memiliki pekerjaan dan memiliki kegiatan banyak diluar rumah terkadang tidak dapat membagi waktu antara pekerjaan di luar rumah dan pekerjaan di dalam rumah. Tidak sedikit masyarakat yang lebih memilih jasa tenaga pembantu untuk membantu pekerjaan rumahnya. Perubahan gaya hidup dan kesibukan masyarakat yang menyebabkan adanya tuntutan kepraktisan dalam membantu menyelesaikan kebutuhan pribadi seperti dalam hal mencuci dan menyetrika. Salah satu usaha jasa yang saat ini terus menerus berkembang dengan pesat adalah perusahaan yang bergerak di bidang usaha pencucian dan perawatan

pakaian atau laundry yang memberi kemudahan dalam perawatan pakaian (Novena, 2014).

Usaha laundry pakaian adalah jasa yang menawarkan dalam mencuci dan menyetrika pakaian. Usaha laundry merupakan salah satu bisnis yang sampai saat ini terus berkembang dengan pesat, hal ini dapat di lihat dari banyaknya usaha laundry yang semakin menyebar di Yogyakarta sehingga untuk mendapatkan jasa laundry cukup mudah. Tidak hanya diminati oleh masyarakat yang memiliki banyak kesibukkan, usaha laundry ini juga sangat diminati oleh kalangan mahasiswa. Adanya ketersibukan masyarakat di luar rumah sehingga merasa lelah jika melihat tumpukan-tumpukan pakaian kotor yang harus di bersihkan agar dapat di pakai kembali dan pada akhirnya tidak mau repot dalam hal mencuci dan menyetrika.

Usaha laundry ini sangat menguntungkan bagi para karyawan dan mahasiswa yang tidak di pusingkan dengan tidak adanya tenaga pembantu sehingga lebih memilih jasa laundry yang cukup praktis, dengan hasil yang bersih, rapih dan wangi dengan menggunakan mesin cuci berkualitas sehingga tidak merusak pakaian saat dicuci. Selain mencuci pakaian, usaha jasa laundry memiliki tahap perawatan pakaian dengan menggunakan menyetrika dan memberi parfum laundry yang khas pada tahap akhir. Pemberian parfum laundry saat menyetrika membuat pakaian yang di laundry memiliki aroma yang sangat wangi dan tahan lama. Pewangi atau parfum laundry memiliki macam-macam aroma yang berbeda sehingga usaha jasa laundry memiliki aroma parfum yang khas tersendiri. Hal ini membuat setiap usaha jasa laundry untuk terus mencari-cari pendekatan yang inovatif untuk mendapatkan kolaborasi pemasok parfum laundry yang memberikan produk berkualitas tinggi, dan harga yang ekonomis.

Hal tersebut merupakan tantangan bagi usaha laundry, semakin banyak masyarakat yang ingin instan karena kesibukan masing-masing maka semakin tinggi pula ketertarikan pada usaha laundry. Oleh karena itu, persediaan stok parfum laundry harus di perhatikan sehingga parfum-parfum tersebut selalu tersedia. Semakin berkembangnya usaha laundry yang menyebabkan para pemilik usaha laundry untuk memilih pemasok parfum yang berkualitas dan dengan harga yang terjangkau. Dalam memenuhi kebutuhan ketersediaan parfum laundry, tentunya masing-masing usaha laundry memiliki pemasok parfum laundry yang di percaya dalam bisnisnya. Pemilihan pemasok ini berdasakan atas kepercayaan dan hubungan baik antara pemasok dan pemilik usaha laundry. Sehingga dapat diketahui bahwa pemilihan pemasok yang tepat merupakan suatu masalah kompleks karena setiap pemasok memiliki kelebihan dan kelemahannya masing-masing.

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai kepercayaan dan komitmen pada usaha laundry yang ada di Yogyakarta yang akan dituangkan dalam penelitian berjudul “Pengaruh Kepercayaan dan Komitmen Kepada Pemasok Terhadap Kinerja Manajemen Rantai Pasokan (Studi Pada Usaha Laundry di Yogyakarta).”

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja manajemen rantai pasokan parfum laundry di Yogyakarta?

2. Apakah komitmen berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja manajemen rantai pasokan parfum laundry di Yogyakarta?
3. Apakah kepercayaan dan komitmen berpengaruh secara simultan terhadap kinerja manajemen rantai pasokan parfum laundry di Yogyakarta?

C. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, untuk menghindari perluasan masalah yang diteliti, penelitian ini dibatasi pada permasalahan mengenai pengaruh kepercayaan dan komitmen kepada pemasok parfum laundry pada usaha laundry yang ada di Yogyakarta saja.

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan pemasok berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja manajemen rantai pasokan parfum laundry di Yogyakarta.
2. Untuk mengetahui pengaruh komitmen pemasok berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja manajemen rantai pasokan parfum laundry di Yogyakarta.
3. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan dan komitmen pemasok berpengaruh secara simultan terhadap kinerja manajemen rantai pasokan parfum laundry di Yogyakarta.

E. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah:

1. Bagi Usaha Laundry

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan ide bagi suatu bisnis usaha dalam menyelesaikan berbagai permasalahan, terutama yang berkaitan dengan masalah hubungan kepercayaan dan komitmen terhadap rantai pasokan.

2. Bagi Penulis

Bagi penulis, hasil penelitian ini dapat menjadikan perbandingan antara teori yang diperoleh selama kuliah dengan praktek manajemen sebenarnya, serta menambah wawasan dan pengetahuan pada penulis mengenai hubungan kepercayaan dan komitmen terhadap rantai pasokan.